

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA DE GESTIÓN DE CALIDAD

CIENCIAS ECONÓMICAS

Comercio Internacional

**Logística para la exportación de sub productos de coco desde
Costa Rica a la Unión Europea para el año 2020**

Nombre del autor:

Gloria González Méndez

San José, abril 2022

Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo	7
CAPÍTULO I: PROBLEMA	8
Planteamiento del Problema	8
Objetivos	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Justificación	9
Antecedentes	10
Internacionales	10
Nacionales	16
Proyecciones	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
Logística de Exportación en Costa Rica	24
Permisos para exportar en Costa Rica	26
Procesos para exportar en Costa Rica	28
Mercado Europeo	29
Formas de negociar con países del Mercado Europeo	31
Requisitos para exportar productos de origen vegetal a la Unión Europea	32
Exportaciones a Europa de subproductos de coco desde Costa Rica	34
Posicionamiento de Costa Rica ante el mercado internacional	39
Actividades comerciales de Costa Rica que influyen en su posicionamiento ante el mercado internacional	39
Impacto de las exportaciones de Costa Rica a su posicionamiento ante el mercado internacional	40
Impacto que generan las exportaciones de Costa Rica hacia Europa a su posicionamiento ante el mercado internacional	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	43
Enfoque	43
Diseño	43
Fuentes	44
Fuentes primarias	44
Fuentes secundarias	44

Muestra	45
Unidades de Análisis	45
Instrumentos Utilizados en la Investigación	47
Cuestionario	47
Entrevista	48
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos	48
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	50
Unidad de Análisis 1: Procesos.....	51
Categoría 1: Volúmenes de Producción	52
Categoría 2: Calidad del Producto	53
Categoría 3: Costos	54
Categoría 4: Gestión de Exportaciones	55
Categoría 5: Trámites Virtuales	56
Categoría 6: Certificaciones	57
Categoría 7: Capacitaciones	58
Categoría 8: Alianzas Público-Privadas	59
Categoría 9: Apoyo del Estado	60
Categoría 10: Desconocimiento	61
Unidad de Análisis 2: Permisos.....	62
Categoría 1: Codificación Arancelaria	62
Categoría 2: Registro de Exportador	63
Categoría 3: Logística Comparada a Nivel Mundial	64
Categoría 4: Retrasos en Trámites	65
Categoría 5: Limitantes en Logística	66
Unidad de Análisis 3: Posicionamiento.....	67
Categoría 1: Productos	68
Categoría 2: Beneficios a nivel económico	69
Categoría 3: Beneficios a nivel comercial	70
Categoría 4: Relación Comercial CR-UE	71
Categoría 5: Dificultades para competir en el mercado	72
Interpretación de Datos	73
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	75
Conclusiones	75

Recomendaciones	78
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	81
Objetivos	81
Objetivo general	81
Objetivos específicos	81
Estudio de Mercado	81
Resumen Ejecutivo	81
Principales Hallazgos	82
Demografía, Sociedad y Producción Económica	83
Territorio y Superficie.	83
Población.	84
Economía	86
Sectores claves.	86
Negocios.	87
Inversión.	87
Infraestructura Comercial.	88
Consumo en la UE	88
Tendencias del Consumidor.	88
Canales de Distribución.	89
Intercambio Comercial de la UE	89
Exportaciones de la UE.	89
Importaciones de la UE.	90
Principales Socios Comerciales.	90
Intercambio Comercial entre CR y la UE.	90
Análisis Logístico Costa Rica-UE	91
Recomendaciones	91
REFERENCIAS	93
APENDICE	96
ANEXOS	97
Anexo 1.	97
Anexo 2. Listado de Siglas	98

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Cantidades Exportadas por producto.....	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 2. Toneladas exportadas a países europeos desde CR.....	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 3. Saavedra (2021). Extraído de FAOSTAT	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 4. Exportaciones por Socio Comercial. COMEX (2019).....	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 5. Exportaciones según región destino. Alpízar (2017)	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 6. Estadísticas de comercio exterior 2020. INEC (2021)	;	Error! Marcador no definido.
Gráfico 7. Distribución de la población por género. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).		84
Gráfico 8. Doing Business Ranking. Gonzalez, G. (2022). Fuente: Base de datos de Doing Business.		87
Gráfico 9. Intercambio Comercial CR-UE		90

Índice de Tablas

Tabla 1. Relaciones comerciales de Costa Rica con países europeos en la época de 1880-1890		11
Tabla 2. Lista de las importaciones para el producto seleccionado, bebidas no alcohólicas. Elaborado por Chiluisa (2018)	;	Error! Marcador no definido.
Tabla 3. Apertura Comercial de CR en el siglo XX. León (2016).....	;	Error! Marcador no definido.

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Modelo Lewis. Ministerio de Industria, Comercio y Minería de Argentina (2016).....	;	Error! Marcador no definido.
Ilustración 2. Densidad de Población. Idescat (2021)		84
Ilustración 3. Distribución por región y por grupos de edad. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).....		85

Ilustración 4. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).	85
Ilustración 5. Perfil del habitante de la UE. Gonzalez, G. (2022).....	86
Ilustración 6. Actividades económicas por sector. Gonzalez, G. (2022).....	86
Ilustración 7. Oficina de Publicaciones de la Unión (2016).....	87
Ilustración 8. Oficina de Publicaciones de la Unión (2016).....	88
Ilustración 9. Canales de Distribución Gonzalez, G. (2022).....	89
Ilustración 10. Formato de Certificación Global Gap	97
Ilustración 11. Proceso para certificación Global Gap.....	97
Ilustración 12. Tipos de Certificaciones BRC	97
Ilustración 13. Proceso para certificación AIB.....	97
Ilustración 14. Beneficios de ISO 22000.....	97
Ilustración 15. Información General sobre Certificación IFS	98

Resumen Ejecutivo

Este trabajo de investigación busca obtener información que permita comprender la logística establecida y los permisos que requieren los exportadores costarricenses para poder posicionar subproductos de coco a lo largo del territorio de la Unión Europea, tomando en consideración la creciente demanda que estos han presentado en los últimos años y como se ha insertado Costa Rica en los mercados internacionales a partir de la comercialización de frutas; por lo que a partir de esto surge la interrogante de ¿Cómo se puede desarrollar un proceso logístico para exportar subproductos de coco al mercado europeo?.

Por otro lado, la metodología bajo la que se trabaja esta investigación es de carácter cualitativo, ya que con esta se estará buscando profundizar en el tema de los procedimientos y permisos que deben seguir y obtener los productores nacionales que deseen ingresar al mercado de la Unión Europea al comercializar bienes derivados del coco; además de que esta contribuye a describir cómo se ve influenciado el país a nivel global a partir del éxito de las negociaciones.

De igual forma, mediante el desarrollo de entrevistas y un análisis general de la información capturada, se conseguirá definir todos los factores que intervienen en la inserción a la Unión Europea a través de subproductos, así como las mayores fortalezas y oportunidades que identifican los exportadores en cuanto a la gestión de las exportaciones en Costa Rica; y la evaluación de los potenciales beneficios que un fortalecimiento en las relaciones comerciales con la UE puede atraer.

Por último, a raíz de los datos analizados; se alcanza la conclusión más importante de la investigación, la cual señala que un proceso logístico efectivo para la comercialización de bienes derivados del coco requiere de la valoración de ciertos elementos que intervienen en este; como la elección del transporte, el envasado y embalado apropiado; así como de la movilización de las mercancías bajo una temperatura adecuada y en contenedores que se adapten a las necesidades de la carga.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Costa Rica, según estudios realizados por PROCOMER, presenta buenas relaciones comerciales con una gran variedad de países alrededor del mundo, destacando principalmente aquellos ubicados en América Central y el Caribe; debido a la amplia participación en cuanto a exportaciones que se obtiene al tratar con estas naciones. Dichas relaciones no solo estrechan lazos internacionales, sino que le brindan al país posibilidades de desarrollo y crecimiento, tanto económico, como dentro del mercado.

Debe destacarse de igual forma, que estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica para el año 2020 mostraron que, de dichas relaciones comerciales, se ha generado gran participación de productos que aportan un valor económico y comercial importante para el país. Entre los bienes mencionados se pueden identificar principalmente dispositivos médicos, preparaciones alimenticias, piña, frutas congeladas, cables eléctricos, llantas, medicamentos y banano.

También, de estos productos, se puede destacar que, en diciembre 2020, PROCOMER ha identificado la participación en aumento del coco y sus subproductos, cuyo potencial de comercialización proyecta para Costa Rica una posibilidad de crecimiento año con año. A nivel mundial este bien se ha posicionado en el mercado, sin embargo, para poder internacionalizarlo y exportar a mercados como el europeo, se requiere identificar y superar las barreras para asegurar el éxito que su exportación puede significar para el país.

Igualmente, al analizar los posibles obstáculos a los que el país debe enfrentarse a la hora de internacionalizar y exportar coco y cualquiera de sus subproductos, es indispensable que se reconozcan los procesos y permisos necesarios para que esto se lleve a cabo en una forma exitosa, lo que presenta la siguiente interrogante: ¿Cómo se puede desarrollar un proceso logístico para exportar subproductos de coco al mercado europeo para el año 2020?

Objetivos

Objetivo general

Estudiar la logística para la exportación de subproductos de coco desde Costa Rica a la Unión Europea.

Objetivos específicos

Explicar los procesos para la exportación de subproductos de coco desde Costa Rica al mercado europeo.

Investigar los permisos necesarios para la exportación de subproductos de coco desde Costa Rica a los mercados europeos.

Determinar el posicionamiento de Costa Rica ante el mercado internacional con la exportación de subproductos de coco a Europa.

Justificación

El siguiente trabajo de investigación se realiza con el objetivo de analizar y describir la forma en la que se han comportado las relaciones comerciales del país con naciones europeas desde el año 2020, con miras a potenciar la exportación de un bien que ha venido presentando un crecimiento que puede beneficiar al país, como lo es el coco y sus subproductos.

También se busca señalar los diferentes procesos y permisos que se deben de seguir dentro del territorio nacional para garantizar que las exportaciones de este bien se realicen de una manera que sea no solo conveniente para los países que deseen importarlo, asegurando la calidad en la transacción y el seguimiento de la logística de forma legal y correcta, sino que de igual forma siga todos los estándares requeridos para que se complete la exportación de forma exitosa.

Esta investigación presenta también el objetivo de proporcionar información a profesionales del sector productivo y la comunidad investigativa del país, así como a estudiantes de la carrera de comercio internacional y carreras afines acerca de la forma en

que un eventual crecimiento e incorporación de los subproductos de coco a la estrategia comercial de Costa Rica pueda resultar beneficioso para el país.

De igual forma, es conveniente que las personas tengan conocimiento de cómo se posicionaría la nación costarricense frente a los mercados internacionales, al conseguir colocarse como un exportador importante de subproductos de coco ante un eventual aumento en la demanda de estos; igualmente comprender cómo esto beneficiaría a la calidad de vida de los ciudadanos.

Según PROCOMER (2020), a nivel nacional existen productores, los cuales basan su oferta en bienes como cremas, aceites, bebidas como agua y café, e incluso vinagre y carbón, por lo cual; la presente investigación, también busca resaltar a aquellos subproductos de coco que presentan mejores posibilidades de experimentar una mayor demanda y alcanzar a consolidarse en el mercado.

Conjuntamente, PROCOMER (2021) destaca que se ha producido una demanda del coco y subproductos de este más allá de lo esperado en el 2020, principalmente en territorio de Bélgica; por lo que es importante comprender la forma en que se gestionan las exportaciones de productos de consumo y sus respectivos subproductos para garantizar un crecimiento en la comercialización de bienes derivados del coco y el beneficio que brindaría a Costa Rica.

En relación con lo anterior, es importante informar a la población costarricense acerca de cómo se ha visto beneficiada la competitividad del país por medio de la exportación de coco y sus derivados con respecto al mercado internacional, tomando como punto de comparación la posición que ha obtenido a lo largo de los años al comerciar productos como el café o el banano, entre otros.

Antecedentes

Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Hernández (2015), traducida por Mario Flores; con el tema “Comercio y dependencia en Costa Rica durante los años 1880-1890”, la realiza para la Universidad de Utah, en la cual; se busca destacar la modernización

que obtuvo el país al final del siglo, y se menciona que lo que motivó y caracterizó dicha modernización fue la exportación de productos agrícolas, como lo son el café y el banano.

En este documento Hernández (2015) detalla que la infraestructura del país se vio expuesta a modificaciones como lo fue la construcción de un ferrocarril; cuyo objetivo principal era acortar la distancia que recorrían sus exportaciones para poder llegar de forma más rápida a los mercados británicos, por lo cual se toma como referencia para entender que incluso entonces el país ya establecía relaciones comerciales con países de Europa, como se puede observar en la tabla 1.

Tabla 1. Relaciones comerciales de Costa Rica con países europeos en la época de 1880-1890

País	Importaciones	Exportaciones
Gran Bretaña	952 815	1 165 218
Francia	260 823	263 077
Alemania	98 961	263 077
España	5 063	263 631
Total	1 317 662	1 955 003

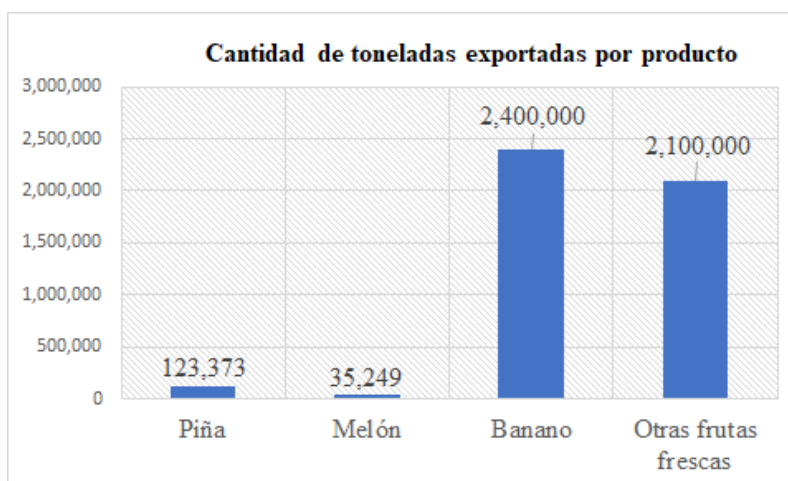
Nota: Para efectos de la presente investigación, esta tabla muestra únicamente los lazos comerciales de CR con países europeos, excluyendo las naciones americanas.

En el estudio de mercado titulado “El mercado del aceite de oliva en Costa Rica” de Fernando Pinedo Hoyos para la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Panamá en el 2019, se menciona como esta nación centroamericana obtiene el aceite de oliva por medio de importaciones provenientes de países del continente europeo, como es el caso de España.

Los datos presentados en este documento contribuyen a la presente investigación en la medida que detalla la existencia de claras relaciones comerciales entre España y Costa Rica en lo referente a exportaciones e importaciones de productos de consumo, con lo cual se señala que en los últimos años este país del continente centroamericano ha experimentado una cercanía con naciones del continente europeo.

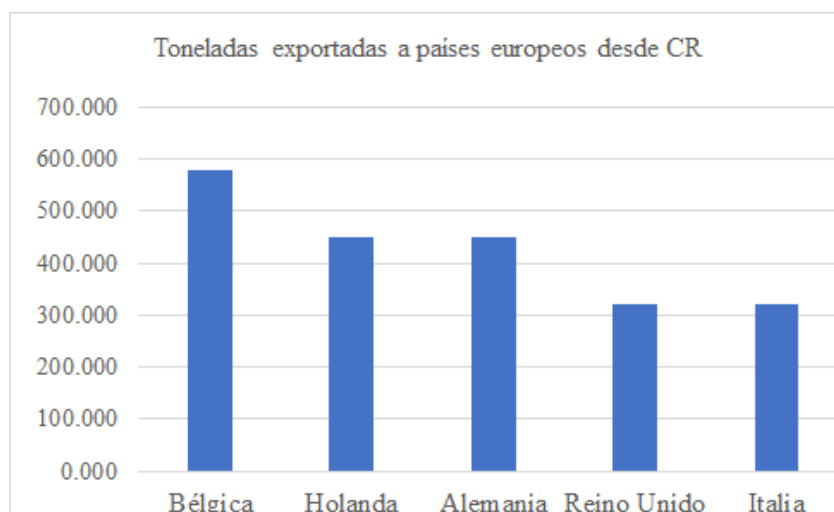
También se consulta la publicación de Legiscomex (2015), titulada “Perfil logístico de Costa Rica”, en la cual se busca describir la logística comercial del país. En dicha publicación se menciona que entre los productos más exportados en cada puerto se encuentran la piña, el melón, el banano, de otras frutas frescas, cuyas cantidades se encuentran ejemplificadas en el Gráfico 1; denotando la importancia de este tipo de mercancía en las relaciones comerciales de esta nación.

Gráfico 1. Cantidades Exportadas por producto



Por otra parte, en este estudio se detalla que Costa Rica consiguió exportar ocho millones de toneladas para el 2014, y señala que gran cantidad de estas tuvieron como destino países como Bélgica, Holanda, Alemania, Reino Unido e Italia, como se observa en el Gráfico 2; con lo cual se logra comprender que se han estrechado de forma exitosa lazos comerciales con naciones del continente europeo.

Gráfico 2. Toneladas exportadas a países europeos desde CR.



En la publicación “Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe” del autor Mario Cimoli en el 2019 para la CEPAL, se busca profundizar el rezago de la región en el contexto mundial. En esta publicación se menciona que Costa Rica presenta una estructura exportadora comparable con Nueva Zelanda, considerando la exportación de productos agropecuarios de ambas naciones.

En este documento también se señala la participación del país en la Red Latinoamericana y del Caribe de la Huella Ambiental del Café, haciendo énfasis principalmente que la mayor parte de las exportaciones de esta se encuentran destinadas a la Unión Europea debido al alto consumo de este producto que se genera en esta región, con lo cual se reafirma que existe una relación comercial entre la región costarricense y los países del continente europeo.

En la publicación “Análisis de la cadena logística de la yuca en Costa Rica”, del autor Lander Román en el 2018 para la CEPAL, busca comprender el comportamiento del mercado, la participación de los actores y como se ve afectado el desarrollo sostenible. En esta publicación se destaca que, en Costa Rica, todos los exportadores de un producto fresco deben cumplir ciertos requisitos que incluyan información técnica sobre la carga exportada y los datos sobre la empresa exportadora.

Lander Román (2018) también menciona la importancia que tener una buena infraestructura para el transporte, ya sea marítimo, carretero o aéreo; ejerce sobre la actividad productiva y comercial del país. Al mismo tiempo, explica el posicionamiento de la nación

costarricense a nivel internacional de acuerdo con las condiciones viales de esta, con lo cual esta publicación contribuye a entender su calificación en el Índice de Competitividad Global en comparación a otras regiones.

En el artículo “El agua pura de coco que se ha extendido a 25 países en menos de dos años”, del autor Joel Pitarch en el 2017 para FreshPlaza, se menciona que la mezcla de sabor y lo innovador de este producto ha contribuido a que este se expanda por el mundo con rapidez, principalmente tomando en consideración la época en la cual el verano se acerca y se produce un aumento en la temperatura.

También señala que la demanda de este tipo de productos se ha generado principalmente en países como España y el Reino Unido, además de algunos otros que pertenecen al Oriente Medio. Lo anterior permite comprender los potenciales destinos a los cuales Costa Rica podría destinar sus exportaciones a territorios dentro del continente europeo.

En el informe “Análisis de la demanda de productos derivados de coco en los mercados internacionales” del autor julio Chiluisa en el 2018 para la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador se establece como objetivo analizar los mercados con mayor demanda de productos derivados de coco. Esto fue conseguido al señalar a Estados Unidos y a países de Europa como los mayores demandantes, estos últimos consumiendo productos como agua y aceite de coco, cocos secos y deshidratados.

Tabla 2. Lista de las importaciones para el producto seleccionado, bebidas no alcohólicas. Chiluisa, J. (2018)

Lista de las importaciones para el producto seleccionado										
Producto: 220290 bebidas no alcohólicas (exc, jugos de frutas u otros o de hortalizas y leche)										
Países	2011		2012		2013		2014		2015	
	%	Tonelada	%	Tonelada	%	Tonelada	%	Tonelada	%	Tonelada
Estados Unidos	4,9	342,367	6,3	437,344	6,5	478,029	6,9	515,110	8,3	612,818
Reino Unido	12,4	255,142	6,6	292,435	7,7	371,666	8,1	431575	7	443,643
Canadá	4,5	269,156	5	258,248	5,3	270,890	6	352094	6,5	416,507
Alemania	5,9	428,418	4,5	305,342	4,2	304,489	4	284,006	4,3	337,356

Dentro de los países identificados como principales consumidores de este tipo de bienes, Chiluisa (2018) identifica a Reino Unido y Alemania, según lo detalla la Tabla 2; aparte de mencionar, que estos productos requieren certificaciones fitosanitarias para su comercialización, así como la EUREPGAP que solicita la Unión Europea para permitir el ingreso de frutas y verduras a esta región. Esta última es necesaria para cumplir con las exigencias del consumidor europeo y garantizarle que los productos son seguros y se producen bajo buenas prácticas agrícolas.

En el proyecto de investigación “Estudio de factibilidad económico financiero de exportación de coco verde al mercado europeo” de las autoras Lidia Alvarado, María Garcés y Tania Tumailli en el 2015 para la Universidad de Guayaquil, se busca realizar un estudio de mercado con el fin de identificar posibles consumidores. En este, las autoras identificaron a Bruselas en Bélgica como uno de los potenciales mercados, debido a que esta región presenta una acogida favorable a este tipo de frutas tropicales, cumpliendo así con el objetivo planteado.

Este estudio también indica que en el continente europeo se ha presentado una tendencia por el consumo de productos naturales. De igual forma, menciona que este bien se utiliza principalmente como bebida hidratante, y destaca que el sabor de este y sus cualidades alimenticias son factores que han contribuido de forma importante a su aceptación en este territorio. En adición a esto, Alvarado et al. (2015) también señalan el coco fresco como un bien con mejor salida a este mercado.

En la publicación “Cadenas globales de valor y diversificación de exportaciones” de la CEPAL para el 2014 se menciona que en las últimas décadas Costa Rica ha presentado un dinamismo en su inserción internacional, lo cual ha contribuido para que el país obtuviera un aumento en su participación en el mercado europeo, al pasar a convertirse en una de las naciones más abiertas de América Latina en cuanto a participación de las exportaciones en el PIB.

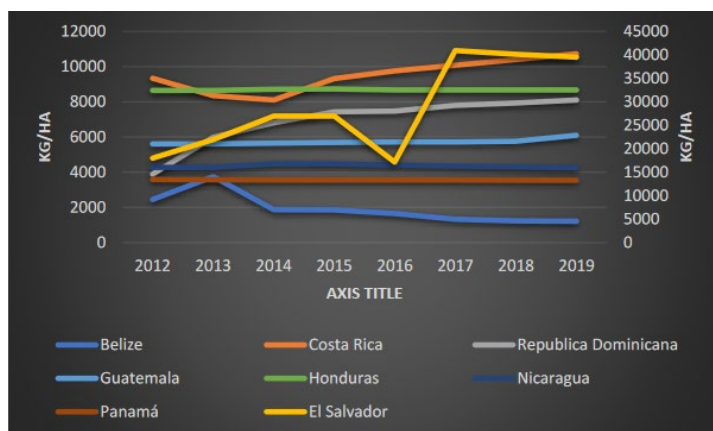
De igual forma, la CEPAL menciona que el país ha presentado una evolución normativa al perfeccionar una zona libre de comercio moderno, en la cual se han visto principalmente beneficiados los bienes agrícolas, los cuales han tenido gran participación en la canasta exportadora del país en los últimos años; pasando de solo café y banano a una

gama de productos diversificados, lo cual permite comprender la importancia que estos generan para Costa Rica en términos de exportaciones.

En el informe titulado “Propuesta de ruta para la mejora de la competitividad en la cadena de valor del coco” de Danilo Saavedra Montano en el 2021 para la Fundación para el Desarrollo Agropecuario y Forestal de Nicaragua, se establece el coco como un bien con alta participación en las exportaciones en las que ha participado este país con destino al mercado europeo. De igual manera, destaca que de este se derivan otros bienes de importancia que son producidos y comercializados en el país.

Conjuntamente, en este informe Saavedra (2021) menciona que este bien se puede encontrar en diferentes partes del mundo y destaca que en el 2019 alcanzó una producción de 62 millones de toneladas métricas. En relación con lo anterior, como puede observarse en el gráfico 3; también señala a Costa Rica como uno de los países más destacados en cuanto a la obtención de este fruto, situándolo como uno de los mayores productores en el territorio de Centro América, por delante de países como Honduras y Guatemala.

Gráfico 3. Saavedra (2021). Extraído de FAOSTAT



Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de León (2016), con el tema “El comercio exterior de Costa Rica en el siglo XX”; en la cual se busca describir la limitada economía y apertura comercial que se tenía en aquellos tiempos, y se destaca la forma en que Costa Rica empieza a surgir como exportador de productos de consumo como el café y el banano, según

lo indicado en la tabla 3; mostrando los inicios de lo que hoy conocemos como una de las principales fuentes comerciales del país.

Tabla 3. Apertura Comercial de CR en el siglo XX. León (2016)

Período	Exportaciones promedio anuales en Millones de EUA \$ corrientes	Café respecto de la X total en %	Banano respecto de la X total en %	Importaciones promedio anuales en Millones de EUA \$ corrientes	Tasa de crecimiento anual porcentual del período trianual 1912-14 respecto a 1883-85 X M	
1883-1889	4,85	80%	11%	6,05		
1900-1914	8,23	40%	46%	6,90	4,75%	3,9%

En la publicación “Oportunidades de comercialización para coco y subproductos” de Cindy Medaglia Monge en el 2020, para PROCOMER; se establece como objetivo identificar la demanda internacional del coco y subproductos. En dicha publicación se indica que el agua de coco presenta un dinamismo y una alta demanda en el mercado, principalmente en América del Norte, donde se aplica la norma de origen; cumpliendo así con el objetivo de la investigación.

Tabla 4. Oportunidades de comercialización para coco y subproductos. Medaglia, C. (2020)

Descripción	Flujo	2015	2016	2017	2018	2019	Cantidad de empresas exportadoras, 2019**
Cocos secos (08011)	Exportación	1 025 221,0	1 911 318,0	1 824 764,0	1 553 496,0	1 614 602,0	12
	Importación	996 496,4	1 072 394,4	1 013 696,5	1 424 457,7	756 976,6	
	Saldo comercial	28 724,6	838 923,6	811 067,5	129 038,3	857 625,4	
Cocos con la cáscara interna (080112)	Exportación	59 138,0	30 028,0	82 770,0	42 919,0	22 412,0	1
	Importación	0,0	0,0	0,0	0,0	13 639,2	
	Saldo comercial	59 138,0	30 028,0	82 770,0	42 919,0	8 772,8	
Los demás cocos frescos (080119)	Exportación	165 059,7	318 440,6	189 014,6	170 528,1	135 212,3	3
	Importación	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
	Saldo comercial	165 059,7	318 440,6	189 014,6	170 528,1	135 212,3	
Aceite virgen de coco en bruto (151311)	Exportación	24 332,0	68 250,0	0,0	0,0	0,0	0
	Importación	1 201,3	31 309,8	71 772,4	68 614,0	103 034,8	
	Saldo comercial	23 130,7	36 940,2	-71 772,4	-68 614,0	-103 034,8	
Los demás aceites de coco (151319)	Exportación	0,0	0,0	0,0	8 292,0	6 497,0	0 ((Se registran tres empresas, ninguna cumple el umbral)
	Importación	17 411,3	326 478,8	789 382,7	930 987,9	745 194,9	
	Saldo comercial	-17 411,3	-326 478,8	-789 382,7	-922 695,9	-738 697,9	

Al mismo tiempo, Medaglia (2020) menciona que el país produce principalmente agua como subproducto de este bien y destaca la preferencia de los consumidores por bebidas

naturales, su posicionamiento como hidratante natural y bebida funcional; como el medio para atraer a los mercados internacionales. En adición, expone que las exportaciones pueden crecer y consolidarse si se presenta una mejora en la productividad, volumen y tecnificación de este producto

El artículo “Determinantes de los flujos de exportaciones para las empresas en Costa Rica” de Carlos E. Umaña en el 2012, para la Universidad de Costa Rica presenta como objetivo principal identificar los factores que influyen en las decisiones de una empresa que opera en el territorio costarricense; que aumenta o disminuye la probabilidad de abandonar el mercado externo. Asimismo, destaca que el país ha presentado una mayor apertura comercial y diversificación con este en los últimos 30 años.

En esta publicación se concluye que las exportaciones a nivel empresa en el país presentan una diversificación de la oferta, lo cual se convierte en una medida que evita que los productores nacionales contemplen en menor medida la posibilidad de salir del mercado externo, cumpliendo así con el objetivo de la investigación. Igualmente, Umaña (2012) también afirma que esto les permite a las empresas consolidarse como agentes de intercambio comercial global.

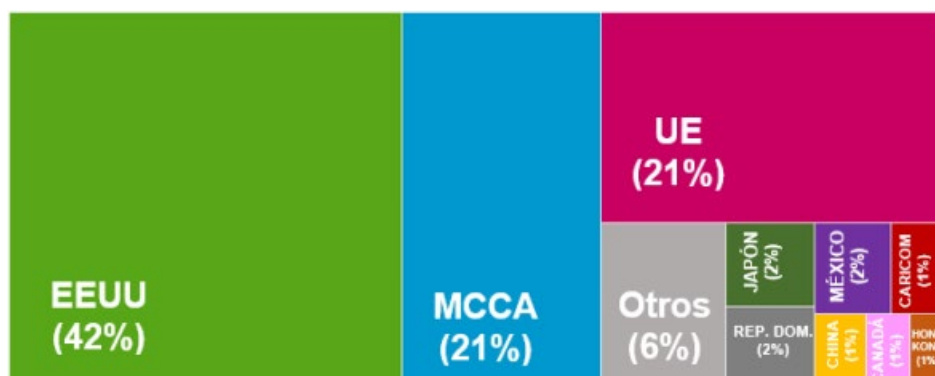
En el proyecto final de graduación “Análisis de los efectos para los exportadores del sector piñero a partir de la entrada en vigencia de la regulación sobre la masa bruta verificada para el cargamento de contenedores por vía marítima, según la enmienda al Capítulo VI del Convenio SOLAS” de Mario Bravo Ugalde, Ixchel Martínez Palacios y Elena Salazar Guerrero en el 2018 para la Universidad Técnica Nacional, se establece como objetivo determinar los requerimientos que deberá aplicar el exportador del sector piñero en términos de tiempo, trámites logísticos y de equipo.

En dicho proyecto, se indican los procesos y controles en el pesaje de la carga para su exportación y se señala que dichas medidas establecidas no estaban siendo seguidas por todas las empresas que se dedican a la exportación de fruta. Esto no solo cumple con el objetivo de la investigación al indicar las pautas a seguir, sino que presenta una relación directa con el presente proyecto de investigación al referenciar la importancia que tiene para el país la exportación de fruta.

En el estudio “Análisis sobre la evolución del comercio exterior e IED en Costa Rica: En 2019” del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX), se señala que la

Unión Europea es el tercer socio en importancia del país con respecto a las exportaciones que se realizan; cómo se puede observar en el Gráfico 4. Al mismo tiempo se indica que los productos que más se comercian con este sector son de consumo humano, entre los que se mencionan las frutas tropicales, así como jugos y concentrados de frutas.

Gráfico 4. Exportaciones por Socio Comercial. COMEX (2019)



De igual forma, COMEX (2019) detalla que los principales territorios en los que se identificó mayor dinamismo en cuanto a las exportaciones se ubican en Holanda, Bélgica, Reino Unido, España e Italia. El estudio también menciona que al existir una unión aduanera no es posible determinar el lugar de destino final de la mercancía dentro de este bloque, sin embargo; señala que esta puede ingresar por los puertos principales y distribuirse internamente.

En la publicación “El mercado de productos orgánicos: Oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable costarricense” de Karina López Porras para PROCOMER en el 2011, se menciona que países del mercado europeos tienden a demandar productos de origen orgánico que sean más saludables y destaca que el desarrollo del país en agricultura y agroindustria, que se traduce en oferta orgánica, se vuelve atractiva para este tipo de mercados.

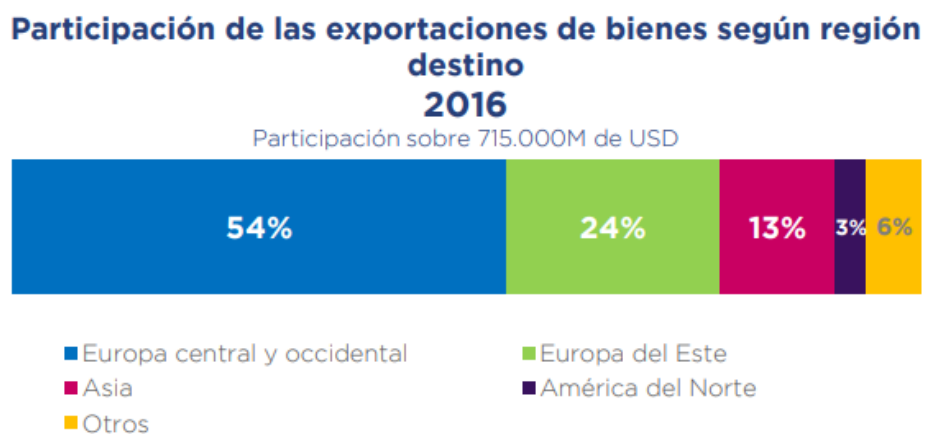
Este informe expone que la variedad cultural de este territorio permite encontrar diferentes nichos de mercado, lo cual le proporciona al país la ventaja de acceder a consumidores más comprometidos y con un ingreso promedio más alto. De igual manera se referencia como a pesar de la baja en cuanto al poder adquisitivo, se logró obtener un incremento en la demanda de este tipo de productos.

En el artículo “Oportunidades para agua de coco en la UE” de PROCOMER en el 2012, se señala que, al ser esta una bebida saludable y natural, se proyecta como un producto atractivo para el mercado. Se destacan como claves de su éxito, los procesos tecnológicos de extracción y el envío a granel que se produce a Europa, el cual no requiere la utilización de conservantes artificiales ni pasteurización.

En la publicación titulada “Europa del este y potencial comercial para Costa Rica” de Maureen Alpizar para PROCOMER en el 2017, se busca identificar los países de Europa del Este donde pueda existir una oportunidad para la oferta exportable. En esta publicación se logra señalar como el país más competitivo a Rusia, a República Checa como el que tiene mejores costos de flete; de destacar a cuatro navieras que ingresan a países como Alemania y Bélgica.

De igual forma, en esta publicación se menciona que la balanza comercial de esta región con Costa Rica se compone principalmente de productos del sector agrícola. Alpizar (2017) también indica que dicha balanza es negativa en cuanto a las relaciones comerciales con América Latina e indica que las principales exportaciones provenientes del territorio costarricense son destinadas a países de Europa Occidental, donde estas se encuentran mejor establecidas, lo cual puede verse reflejado de igual forma en el Gráfico 5.

Gráfico 5. Exportaciones según región destino. Alpizar (2017)



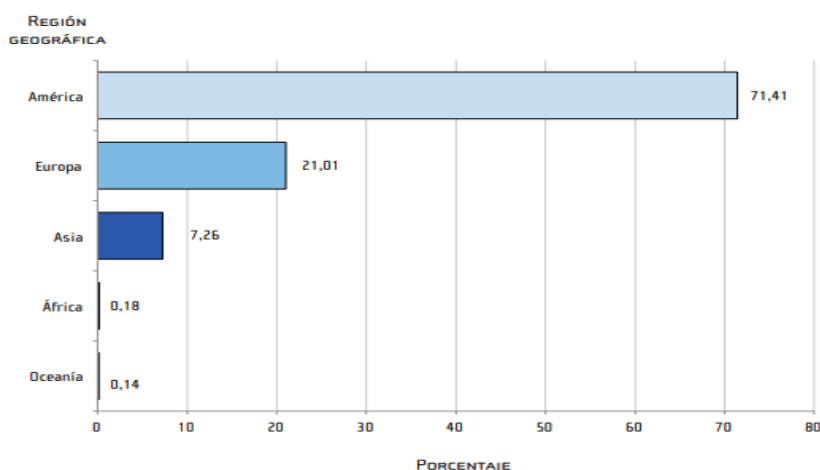
En el proyecto de graduación titulado “La internacionalización de los productos de la asociación de productores agroindustriales de la zona sur del Reventazón” de Naty Lucía Navarro Barrantes, Natalia Rodríguez Vindas y Daniela Zamora Anchía para la Universidad

Nacional de Costa Rica en el 2018 se pretende señalar diferentes elementos a considerar en cuanto a la internacionalización de una empresa que pretende exportar. De igual forma mencionan que existen elementos comerciales que buscan favorecer el intercambio de bienes.

Dentro de este proyecto de graduación se hace mención a la balanza comercial positiva que Costa Rica ha mantenido por años con la Unión Europea tanto en lo referente a importaciones como exportaciones; destacando que, el continente europeo se ha convertido en el tercer destino para los bienes producidos por esta nación centroamericana. Asimismo, señala que es la industria alimentaria la que posee mayor importancia, debido a que mucho de lo que se comercializa en esta se traduce en envíos al exterior.

En el informe titulado “Estadísticas de comercio exterior 2020” del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2021 se señala el aumento comercial que presentó Costa Rica con diferentes territorios a nivel mundial, entre los cuales se señala a la región de Europa como el segundo destino con mayor importancia en cuanto a las exportaciones realizadas; esto al obtener de este un 21,01% de participación; según lo indica el gráfico 6, lo cual contribuyó a una mejora con respecto al total de salidas de mercancía reportadas para el año 2016.

Gráfico 6. Estadísticas de comercio exterior 2020. INEC (2021)



De lo anterior, el INEC logró identificar a Holanda y Bélgica como los países con mayor relevancia con respecto al valor total exportado en el territorio de la Unión Europea; presentando un 7,35 % y 4,93 %, respectivamente. De igual forma, este informe hace énfasis en los tratos arancelarios preferenciales recibidos, en donde se menciona el Trato con la Unión Europea, destacando de esta forma como se han establecido relaciones comerciales importantes con esta región.

Proyecciones

Se detallará cuáles son las pautas y procesos que se la empresa exportadora deberá llevar a cabo a lo interno del país para conseguir posicionar el coco y sus productos derivados a otros mercados internacionales, como el europeo; con el objetivo de garantizar a los países participantes de la transacción que la exportación se realizará de forma segura y bajo los estándares necesarios y correctos.

Se estudiará y definirá todo tipo de permiso especial que la empresa exportadora costarricense deba obtener antes de comercializar el coco y cualquiera de sus subproductos con países del continente europeo, con el fin de garantizar que las eventuales negociaciones a plantear con estas naciones puedan ser completadas de forma exitosa y oportuna.

Se identificará la manera en que Costa Rica se ve beneficiado ante un eventual crecimiento de las exportaciones de subproductos de coco hacia los países de Europa,

tomando en consideración su estatus comercial actual y determinando cómo se vería impactado el país a nivel de posicionamiento en los mercados internacionales, a partir del éxito que se obtenga de dichas exportaciones.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Logística de Exportación en Costa Rica

Martínez y Lombana (2013) mencionan que para la exportación de productos es necesario tener en cuenta diferentes factores que inciden en las relaciones comerciales y la internacionalización. Entre estas se pueden destacar los costos, los cuales pueden incrementar a corto plazo en caso de tener que mejorar el empaque y presentación para el consumidor internacional, es posible que se deba viajar para conseguir nuevos clientes o experiencias de terceros.

De igual forma, se requiere un alto compromiso, ya que para llegar a nuevos mercados y mantenerse de forma exitosa en el mediano o largo plazo se requiere de tiempo, de adaptarse a las condiciones de su cliente en términos de cultura, lenguaje y formas de negociar. Asimismo, se debe dedicar tiempo a conocer a su competencia para poder tener éxito al ingresar a un mercado externo; de tomar en consideración que tanto al exportar un producto como cuando este es recibido por el importador, será necesario diligenciar una cantidad considerable de documentos.

Cabrera (2020) menciona que las empresas compiten en un mercado globalizado, en el cual, el contar con una gestión logística optimizada les puede permitir no solo posicionarse en este, sino que les ayuda a alcanzar los objetivos que se hayan establecido, señala que en un ámbito internacional la logística de una compañía puede dividirse en tres fases: compras, producción y ventas; las cuales pueden verse afectadas directa o indirectamente por los INCOTERMS.

Estas reglas se definen como un aspecto fundamental para la finalización exitosa de un proceso de compraventa; de asegurar la calidad de la cadena logística; y se expresa que estas se utilizan acorde con las características de cada operación. Cabrera (2020) también explica que estos obligan a la empresa exportadora a embalar su mercancía de forma apropiada para que esta sea transportada, de manera que esta cumpla con los requisitos especificados por la compradora.

Otro de los aspectos importantes en cuanto a la estrategia de exportación son los medios de pago. Cabrera (2020) señala que con este tipo de operaciones internacionales se generan ingresos que le permiten a las empresas desarrollar su actividad comercial. En cuanto a su relación con los INCOTERMS, se menciona también que el documento de prueba de entrega o transporte exigible en estos será determinado por estas reglas.

Giménez y Bonet (2020) definen a los medios de pago internacional como instrumentos que sirven como métodos de cancelación de una deuda entre el exportador y el importador. De igual forma detallan que se pueden clasificar en dos conjuntos: simples (cheque personal, cheque bancario, orden de pago simple y remesa); y documentarios (orden de pago, remesa y crédito).

Con respecto a los medios de pago simple, se indica que estos no implican un flujo de documentos; de que se caracterizan por ser el pago anterior o posterior a que se haya entregado la mercancía. Por otra parte, en los de tipo documentario; el exportador remite al importador una remesa a la espera del pago o la aceptación de un efecto contra la entrega de la documentación.

Dentro de la logística internacional debe incluirse también el transporte de mercancías, que puede ser marítimo, aéreo o ferroviario. Para esta función se pueden mencionar que existen empresas que ofrecen diferentes formas como transportista de carretera, freight forwarder, operador logístico, agencia de transportes, entre otros; que se vuelven fundamentales para que las compañías logren desarrollar las operaciones de compraventa de mercancías.

Mora (2016) también destaca que los seguros son esenciales para el comercio internacional, al formar el “principio de indemnización” en el cual se vinculan tres elementos: el asegurado, el cual puede ser el exportador o importador, el asegurador y el objeto asegurado, el cual se refiere a la carga. Estos buscan que, bajo un contrato, el asegurador se responsabilice de cubrir diferentes riesgos que se pueden presentar al trasladar las mercancías; los cuales pueden ser de tipo mecánico, físico, climático, por manipulación, entre otros.

Alvarado (2015) define el seguro de transporte como un contrato por el cual el asegurado contrata los servicios de una aseguradora, la cual, a cambio de una suma de dinero, se ve obligada a compensar cualquier daño que una mercancía pueda sufrir al momento de ser trasladada de un punto a otro por vía marítima, fluvial, aérea o terrestre, menciona que estos tienen el objetivo de cubrir pérdidas financieras por daños, hurto, o no recibo de toda o parte de la mercancía, así como proteger al dueño de los bienes de potenciales demandas en su contra en caso de declarar una avería que retrase la entrega.

Permisos para exportar en Costa Rica

Daniels, Radebaugh y Sullivan (2013) mencionan que los gobiernos mundiales eligen instrumentos de control del comercio para influir en las importaciones y exportaciones. Dicha herramienta es capaz de generar diferentes respuestas en los grupos extranjeros, y pueden afectar de forma indirecta la cantidad comercializada influyendo en el precio o pueden limitar de forma directa el número de exportaciones e importaciones.

Dentro de estos mecanismos se pueden mencionar las barreras arancelarias o aranceles, las cuales afectan de forma directa el precio. Un arancel es comúnmente utilizado para el control del comercio y se trata de un impuesto aplicado por el gobierno de un país al transportar un bien internacionalmente. Esta tarifa es cobrada en el momento en que dicho bien cruza la frontera oficial.

Fol y Pérez (2019) también mencionan que estas barreras son cuotas de las tarifas de impuestos de exportación e importación, e indican que estos pueden ser de tres tipos diferentes: Ad Valorem, específicos y mixtos. En cuanto a los primeros, explican que estos se expresan en porcentaje según el valor de la mercancía en aduana; mientras que los específicos se expresan en términos monetarios según la unidad de medida, y los mixtos reflejan una combinación de los anteriores.

De estos aranceles, según Daniels et al. (2013), los potenciales exportadores deben tener el respectivo permiso de las autoridades de gobierno para poder comerciar sus productos. A este requisito se le conoce como licencia de exportación y una muestra del producto puede ser necesitada para poder obtenerla. Este proceso puede restringir las

exportaciones de ser negado el permiso o por otros factores como costo, tiempo o porque genera incertidumbre.

Arciniegas (2018) define esta licencia de exportación como el proceso que inicia la salida de un producto, al presentar y aceptar una solicitud de autorización de embarque por medio de un sistema informático, indica que una vez que este permiso sea otorgado al completar los pasos requeridos, y el procedimiento haya sido culminado, este se convierte en una declaración de exportación.

Por su parte, Jerez (2020) la describe como un documento oficial que permite tener control sobre los artículos que requieran una autorización administrativa. En adición, menciona que con ella se puede examinar cualquier obligación que exista con respecto a pagos o reembolsos de mercancías exportadas, de gestionar de forma contable las divisas generadas y exigibles.

Según Daniels et al. (2013), existen también otro tipo de documentos populares que deben ser presentados al momento de la exportación. Uno de ellos es el conocimiento de embarque, el cual funge como contrato de transporte entre el consignatario y el transportista. Benito-Fernández (2017) lo define como el acta donde se detallan los términos y condiciones del contrato que involucra a estas dos partes. Se menciona el recibo de plataforma, el cual transfiere la responsabilidad de la mercancía entre transportistas nacionales e internacionales.

Por otra parte, existen las instrucciones de entrega, las cuales hacen referencia a la forma en la que debe distribuirse el bien a exportar. También existe la carta de crédito, la cual garantiza el pago por el cargamento, y las facturas consulares y comerciales. La primera ayuda a controlar e identificar la mercancía, mientras que la segunda está dirigida del vendedor al comprador.

Alvarado (2015) señala que la factura comercial es un documento de alta importancia en un proceso de compraventa internacional y que se encuentra destinado tanto al importador como a la Aduana. Este es emitido por el exportador como constancia de la transacción realizada entre ambas partes y contiene información referente a la mercancía, aduana de salida y puerto de entrada; así como los datos tanto del vendedor como del consignatario.

Daniels et al. (2013) mencionan de igual forma algunos certificados que intervienen en el proceso como el de seguro, que garantiza al comprador que la mercancía en tránsito se encuentra resguardada; y el de origen, el cual asegura que los bienes se obtienen del país en el que se producen. Jerez (2020) también menciona que con este último se acredita que los bienes provienen del país del cual se exporta. Por último, se puede mencionar la carta de transmisión, esta enlista las particularidades del envío y el registro de los documentos que se transmiten, así como las instrucciones para disponer de estos.

Procesos para exportar en Costa Rica

Daniels et al. (2013) también destacan que en los procesos de importación-exportación pueden intervenir otros actores para brindar asistencia en mantener vigilancia sobre la actividad exportadora. Uno de estos son los agentes aduanales. los cuales, de llevar la carga al punto de entrada, toman control nominal del bien y aplican las reglas de comercio de cada país, supervisan las entradas y salidas de mercancías.

Existen de igual forma los agentes de carga. Estos son un método de transporte más barato y rápido que tienen la función de trasladar las mercancías hacia compradores en el exterior del país, estos funcionarios organizan el almacenamiento antes del envío, verifican las cartas de crédito, obtienen licencias de exportación, pagan derechos consulares, elaboran la documentación especial y preparan manifiestos de envío.

Existen los 3PL o proveedores externos de logística, los cuales cumplen con la función de mover carga y proporcionar variedad de opciones de logística y trabajan con fabricantes, transportistas y minoristas para relevarlos de esta tarea. Estos ofrecen envíos en línea e información de rastreo, de consolidar la facturación, la gestión de aduanas, derechos, impuestos y servicios de entrega del paquete.

En adición a lo antes mencionado, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO, por sus siglas en inglés] (2017a), detalla que al vender un producto de origen vegetal como aquellos obtenidos del coco y trasladarlo con destino a un país externo, se tiene como requisito que ambas partes participantes en la transacción comercial designen a una autoridad que tenga como responsabilidad el certificar las

exportaciones para garantizar la seguridad de los alimentos y productos agrícolas según las disposiciones de las medidas fitosanitarias.

Esto conlleva a que se realice un análisis del riesgo de plagas, así como asegurar que, al momento de la certificación de estas exportaciones, se cumplan las reglas del país importador, esta autoridad deberá evaluar la documentación pertinente a los procesos de envío, ingreso al país, así como la liberación de agentes de control biológico y otros organismos benéficos.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO, por sus siglas en inglés] (2017b), destaca el establecimiento y utilización de un área libre de plagas en el país exportador. Este proceso prevé las exportaciones de productos vegetales sin tener que aplicar otras medidas fitosanitarias en tanto se cumpla una serie de requisitos. Esto puede ser usado como base para la certificación de la mercancía y corresponde a un fundamento sobre la ausencia de pestes en un lugar determinado.

Por otra parte, PROCOMER (2016) establece que se deben cumplir con regulaciones de sanidad vegetal, control de calidad comercial y trazabilidad. Estay (2021), además menciona que los procesos de importación y exportación se encuentran basados en las Normas Internacionales de Medidas Fitosanitarias (NIMF), las cuales no son de cumplimiento obligatorio; sin embargo, instan a todos los países del mundo a utilizarlas para que entre naciones se pueda entender el manejo que mantienen en este ámbito.

También recalca que existen diferentes elementos y productos que pueden reglamentarse de acuerdo con estas, como las plantas o productos para plantar, materiales de embalaje; el suelo, fertilizantes orgánicos y otros materiales relacionados. De igual forma, señala que la aplicación de estas puede verse relacionada a otras actividades, como administración, auditoría y verificación del cumplimiento; así como las acciones a tomar en caso de que este último no se presente.

Mercado Europeo

Acuña, B y Acuña, O (2020) definen mercado como un lugar destinado para realizar trueques o trámites de compra-venta, formando así, parte de un intercambio que busca el

máximo beneficio para todos los que participan en él; el cual, Acuña, B y Acuña, O (2020), citando a Polanyi (1976) mencionan que se trata de un movimiento que abarca la oferta y la demanda en un sistema constituido que busca la apropiación de bienes que sus miembros posean.

Angulo (2021) destaca que en la región europea se determina la protección de un sistema competitivo efectivo como el medio para obtener una economía de mercado que sea exitosa, al contribuir como una garantía y principio de la estructura desarrollada por su Constitución., señalan como elementos principales a la libertad de acceso al mercado y de determinación de las condiciones para efectuar una actividad económica, tanto de oferta como de demanda.

Calvo (2019) menciona que, a nivel latinoamericano, se han mantenido y ampliado lazos comerciales importantes con países de este territorio, los cuales se han reflejado principalmente mediante acuerdos de cooperación en los que, sus relaciones se han visto promovidas y diversificadas. De igual forma, se destaca que dicha medida ha permitido que se hayan visto fomentadas áreas como la industria, la tecnología, el medio ambiente, las inversiones y la formación de profesionales.

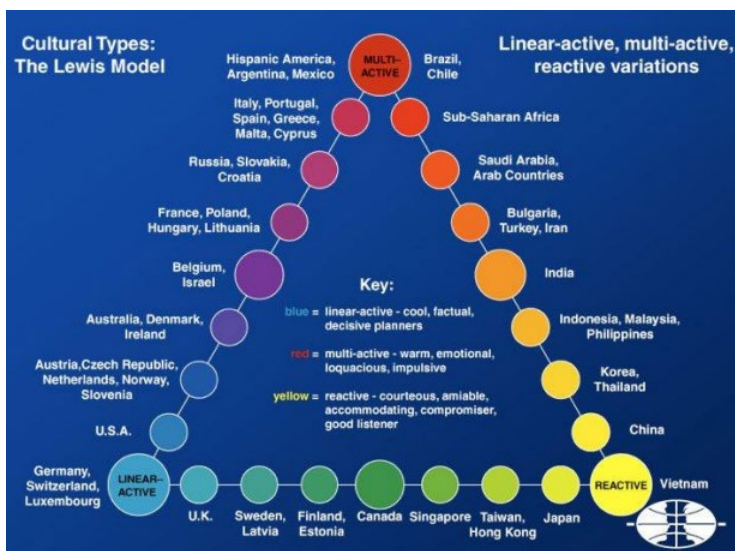
Alonso, Fernández e Ibáñez (2020), señalan al consumidor europeo como una persona consciente de sus decisiones de compra, la cual, se informa con el fin de comparar la calidad de los productos que adquiere. A pesar de esto, explican que pueden ser vulnerables y verse expuestos a publicidad engañosa debido a factores como su rango de edad, sus condiciones de salud, su nivel educativo, su situación financiera o incluso de empleo.

En adición, Alonso, Fernández e Ibáñez (2020) identificaron a productos como: gafas, lentes, electrodomésticos y bienes de consumo diario como aquellos que presentan una mayor participación en la región de la Unión Europea; así como a vehículos y carne como los menos populares. De igual forma, confirman que son países como Hungría, Eslovenia y Polonia aquellos más activos en el mercado, y señalan a otros como Malta, Rumanía y Letonia como los que menos aportan a esta estadística.

Formas de negociar con países del Mercado Europeo.

El Ministerio de Industria, Comercio y Minería de Argentina (2016) destaca que para poder insertarse en el mercado europeo y establecer negociaciones con el mismo, es necesario tener conocimiento sobre las diferentes culturas de los países y regiones de este continente y, por medio de un método denominado Lewis; las categoriza y separa en tres diferentes variaciones: lineal-activa, multiactiva y cultura reactiva, lo cual puede verse ejemplificado en la ilustración 1.

Ilustración 1. Modelo Lewis. Ministerio de Industria, Comercio y Minería de Argentina (2016)



En lo referente a los individuos de la cultura lineal-activa, se menciona que son personas que se concentran en una única tarea, la cual planean con antelación para poder terminarla de forma eficaz. A razón de esto, para poder establecer relaciones comerciales en países donde predomina esta cultura debe tomarse en cuenta que es importante para ellos la puntualidad, de comprender que este tipo de personas tiende a ser paciente, tranquila, introvertida, correcta y organizada.

En contraste, que quienes viven bajo la cultura multiactiva reflejan una personalidad más flexible y adaptable a posibles cambios, de realizar diferentes asignaciones al mismo tiempo; lo cual puede dificultar el cumplimiento de plazos. Se define también que se orienta principalmente a los individuos y las relaciones personales; presentando así comportamientos

más extrovertidos, impacientes, impuntuales, locuaces, desorganizados, sociables y emocionales.

De igual forma, se define la cultura reactiva, la cual presenta peculiaridades en contraposición con las dos mencionadas anteriormente, debido a que los individuos tienden a responder conforme a lo que escuchan del interlocutor y no buscan impulsar las conversaciones ellos mismos; teniendo como principales rasgos ser introvertidas, respetuosas, oyentes, silenciosas, prudentes y pensativas. Debe destacarse también que es poco vista en Europa, teniendo más influencia sobre países asiáticos.

Requisitos para exportar productos de origen vegetal a la Unión Europea.

Daniels et al. (2013) señalan que, para exportar a la Unión Europea, se debe tener en consideración el tamaño del mercado, de las influencias en el comercio según la proximidad geográfica y la eliminación de barreras comerciales. Mantener un trato comercial con países de esta asociación política puede causar una influencia en la estrategia corporativa de tres diferentes formas:

En primera instancia, tomando en consideración los altos costos de Europa, una de las estrategias que debe de ser contemplada es la de producir en una localización ubicada en el área central del continente para buscar una reducción, tanto en estos como en el tiempo de transportar el bien de un país a otro. Es por esto que lo más adecuado es establecer operaciones en naciones con salarios más bajos.

Se debe determinar si se debe buscar crecer por medio de inversiones nuevas o explorar otras opciones como la creación de empresas conjuntas y fusiones. Estas últimas opciones han presentado un aumento en el continente europeo, y debido a la fragmentación y la ineficiencia del mercado, los expertos recomiendan mantener este modelo durante los próximos años.

De igual forma, se busca equilibrar los denominadores comunes entre las naciones que integran la Unión Europea para mitigar las amplias diferencias que existen debido a la diversidad en cuanto a la historia y sus idiomas. Este tipo de integración puede generar un

desarrollo para estas naciones que les permita generar una perspectiva más global que, les brinde protección contra riesgos económicos.

Van Den Berghe (2014) detalla que para realizar una exportación a la Unión Europea de manera exitosa se deben diligenciar una serie de documentos, entre los que se pueden mencionar: la clasificación de la mercancía para poder determinar la partida arancelaria, los registros de devolución mensual del IVA y de operadores intracomunitarios, los certificados de circulación EUR.1 y el ATR1; del Documento Único Administrativo (DUA).

Según Alvarado (2015), la clasificación arancelaria de una mercancía es fundamental para las operaciones comerciales debido a que permite conocer los aranceles y requisitos de importación, los trámites de exportación, y las posibles medidas políticas que puedan ser aplicadas al producto; lo cual permite proyectar potenciales inversiones o sustitución de importaciones para costear los bienes a comercializar, o bien, el pago de impuestos. De esto, este código numérico determina posibles regulaciones o restricciones que puedan llegar a ser aplicadas.

García, A. (2016) señala que el Documento Único Administrativo (DUA) es necesario para cumplir con las formalidades aduaneras requeridas en una operación de compraventa internacional, sirve como base para una declaración tributaria y soporte de información. Se destaca también que existen DUA específicos para procesos de exportación o importación, así como un único ejemplar que se aplica a ambos procedimientos.

Coll (2020) menciona que el certificado EUR.1 les permite a diferentes países, o grupos de estos ingresar mercancías en el territorio de la Unión Europea, validando así los acuerdos preferenciales que tienen con estos. Dentro de ellos se mencionan aquellos que integran la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), territorios mediterráneos asociados; y algunas naciones como México, Chile, Sudáfrica, Andorra, Bosnia-Herzegovina, Costa Rica, entre otros.

Se debe mencionar que la Convención de Lomé ha destinado un arancel del 0% para todos los productos que este certificado ampara, exceptuando azúcar, arroz y armas. De igual forma, se establece que, para obtenerlo, quienes deseen ingresar un producto a la UE deben

solicitar un número de exportador a la Administración de Aduanas; y que al ser este un documento que justifica un origen preferencial, los importadores deben presentarlo a las autoridades para que se permita el ingreso de las mercancías.

Por otra parte, en cuanto al certificado de circulación ATR, Coll (2020) explica que la función destinada para este documento es la de autenticar los bienes provenientes de Turquía, respaldando el trato preferencial que establecieron con este territorio desde 1964, según el Acuerdo de Asociación CEE-Turquía; en el cual se justifica el transporte directo entre estos territorios.

Van Den Berghe (2014) señala que, de estos documentos, la etiqueta del producto exportado debe contener el nombre del bien y el tratamiento especial que haya recibido, la lista de ingredientes, el peso neto, la fecha de lote y vencimiento y condiciones de mantenimiento y uso. También deberá contener el nombre y país de origen tanto del productor como del importador, así como la dirección de este último.

En el caso de los bienes provenientes de frutas, también existe una serie de aspectos a tomar en cuenta en el etiquetado. En el caso de jugos y concentrados se debe indicar si contiene edulcorante o si es un producto mezclado. De igual forma las pulpas que no sean para consumo final deben indicar si contienen azúcar, jugo de limón o algún agente acidificante.

Arenal (2019) señala también que, según el Régimen de Comercio, si se establece un límite en cuanto a peso, cantidad o valor, la mercancía no debe excederlo para poder ingresar al territorio aduanero de la Unión Europea. Sin embargo, el Acuerdo sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) puede prescribir la eliminación de esta restricción y permitir que una mercancía ingrese a esta región, siempre y cuando el producto no se haya agotado y se cuente con la licencia de exportación, que debe ser emitida en el país de origen.

Exportaciones a Europa de subproductos de coco desde Costa Rica.

Van Den Berghe (2014) también menciona que, en adición a estos requisitos en el etiquetado, para exportar este tipo de productos, la Comisión Europea ha impuesto una serie de normas y requisitos que deben de cumplirse. Entre estos se pueden mencionar aquellos

incluidos en la ley general de alimentos de la UE, las regulaciones sobre la higiene en los productos alimenticios en todos los procesos de producción y comercialización.

Así mismo, también cabe destacar que se deben de seguir las regulaciones sobre los niveles máximos de residuos de pesticidas y contaminantes microbiológicos y radioactivos de los alimentos, de los envases que entran en contacto con estos, y, por último, las condiciones de fabricación en la agroindustria en relación con aditivos, preservativos y sabores artificiales.

El Centro de Comercio Internacional (2013) también señala la importancia de la norma de consorcio en los ámbitos de la alimentación y la horticultura; en adición a la información requerida, ya que esta fue creada para asegurar que los proveedores cumplen con todos los requisitos reglamentarios de inocuidad de los alimentos. La adquisición de dicha certificación no es obligatoria, sin embargo, proporciona la entrada al mercado de la UE y el mejoramiento en los beneficios en la industria hortofrutícola.

Envase, embalaje y transporte de subproductos de coco a exportar desde Costa Rica a la Unión Europea.

Rodríguez (2013) determina que el envasado de productos alimenticios puede contribuir al éxito de una empresa si este satisface las necesidades del bien en términos de tipo, exigencias del mercado, vida útil, distribución, almacenamiento, punto de venta y posibilidades de reciclado; señalando como diferentes modalidades del mismo al envasado aséptico, con aire, al vacío, con atmosfera modificada y activo.

En cuanto al aséptico, Rodríguez (2013) describe que las condiciones ambientales evitan que se produzca contaminación microbiológica, por medio de la esterilización de recipientes vacíos, los cuales serán sellados posteriormente. Por su parte; en el envasado con aire, el producto se coloca sobre el contenedor en que será envuelto, y la vida útil de este dependerá del efecto del oxígeno atmosférico y el crecimiento de organismos aerobios; por lo cual debe tenerse presentes las características de los bienes, ya que una importante cantidad microbiana puede reducirlos considerablemente.

En contraste, si el proceso se hace al vacío, se elimina el aire alrededor de lo que se desea envasar; reduciendo así el oxígeno, prolongando la fecha de caducidad, y evitando mermas por pérdida de líquido. En el caso de la atmósfera modificada, se busca exponer al alimento a una composición distinta a la del aire para prolongar su vida útil y mejorar la presentación de este. Por último, el envasado activo busca, por medio de aditivos; eliminar oxígeno, absorber dióxido de carbono, humedad, etileno o sabores y olores extraños, liberar etanol, antioxidantes u otros conservantes y mantener el control de temperatura.

Fernández-Figares (2018) menciona que el coco suele consumirse en forma de aceite en el territorio europeo; el cual se envasa en latas que contienen BPA (bisfenol A). También destaca que este tipo de derivados son de coste ambiental y precio elevados dentro de este territorio, debido a que lo importan de otros países; y señala que puede ser sometido a temperaturas altas sin que se pierdan ninguna de sus propiedades. Por otra parte, explica que existen otros derivados como cremas, mantecas y leche.

Además de los anteriores, Fife (2015) enlista algunos otros productos obtenidos a partir de esta fruta, entre los que destaca agua, azúcar, vino, vinagre y pulpa; esta última comercializada partida y seca, de forma que pueda permanecer comestible durante varias semanas, siempre y cuando sea conservada en un envase cerrado al vacío y en un espacio fresco; esto tomando en consideración que la pulpa fresca puede echarse a perder de forma rápida.

Povea (2014) explica que la vida útil de las frutas depende de su tasa de respiración, que se basa en la cantidad de oxígeno consumido por el tiempo y la masa de la producción. En relación con esta tasa, menciona que el vapor de humedad puede causar deshidratación natural, haciendo que productos como el coco se vean afectados en cuanto a su sabor, color, olor y valor comercial. En contraste con lo anterior, indica que la respiración de este tipo de bien se amplía si existe un incremento de 10 °C en la temperatura, la cual, en la cadena de distribución y comercialización se presenta entre los 4 °C a los 30 °C.

Con respecto al embalaje, Mendoza, C. y Paternina-Arboleda (2016) lo definen como un tipo de empaque que envuelve y protege los productos envasados, y que además facilita las operaciones de transporte, manipulación y almacenamiento de los mismos. Asimismo,

indican que existen factores como la naturaleza y el valor de la carga, las condiciones de marcaje y manipuleo, el modo de movilización, costos y los tipos; los cuales deben ser tomados en cuenta durante este proceso.

En conjunto con lo anterior, enlistan diferentes clases de materiales en los que pueden ser fabricados, y hace mención a que, para bebidas y jugos, se puede utilizar plástico, el cual se caracteriza por ser resistente; o cartón, siendo este de bajo costo, amplio y fácil de operar. Por otra parte, este último puede ser utilizado para embalar frutas frescas; además del vidrio, el cual se señala que es apto para transportar alimentos, y se destaca que es de fácil estibo y eliminación.

En contraste, en el proceso de embalaje deben tenerse en consideración diversos factores de riesgo en relación con el transporte a utilizar. Sosa (2013) cita que aquellos propios del marítimo son: el movimiento del barco, el impacto de las olas con los contenedores, y accidentes como colisiones o hundimientos; mientras que, para el aéreo únicamente, menciona cambios de presión y temperatura, o lo que se conoce como turbulencias.

En cuanto al ferroviario, señalan condiciones como los cambios en la aceleración del tren y el impacto al acoplarse los vagones. Por otro lado, en lo referente al autotransporte indican como posibles peligros los frenazos, los impactos al acoplarse los vehículos, vibraciones y baches, colisiones, además del estado de la carretera y el clima. Como complemento de lo anterior, las mercancías también pueden verse expuestas a diferentes situaciones que pueden darse en más de una de estas modalidades.

Ejemplo de lo anterior es el robo, que puede darse por la vía férrea, en auto o por mar, la manipulación, que puede presentarse si se transporta la carga por agua o por aire, una posible filtración de agua en trenes y vehículos, la incompatibilidad de cargas en un mismo contenedor, que puede experimentarse tanto por ferrocarril como por embarcaciones; la fauna nociva y las oscilaciones en curvas, las cuales se presentan principalmente por la vía terrestre y ferroviaria.

En relación con la forma de transportar los bienes a exportar, debe denotarse como aspecto importante el contenedor; el cual, Rodrigo (2013) define como un envase estanco, cerrado y precintado que aporta mayor seguridad en cuanto a faltas y hurtos. Conjuntamente, también señala que existen diferentes tipos que pueden ser adaptados a distintas finalidades, según sea necesario; teniendo en cuenta el límite que existe en cuanto a las dimensiones de estos.

Entre las distintas clases que presenta, Rodrigo (2013) determina al contenedor hipobárico, el cual posee un sistema de humidificación y equipos que permiten modificar la concentración de gases en la atmósfera, para conseguir una presión de oxígeno menor, y es utilizado para el transporte de bienes perecederos, como las frutas; así como sucede con el frigorífico, el cual puede mantener la temperatura de la mercancía de forma autosuficiente y controlar el grado de humedad en su interior.

TLC aplicable a las exportaciones a Europa desde Costa Rica.

Coll (2020) menciona que un acuerdo de libre comercio busca la circulación de bienes y servicios, de forma que se eviten obstáculos arancelarios y no arancelarios; de señalar que estos suelen tender a cero. De igual forma, destaca que estos pueden ser aplicados a otros ámbitos de la economía para complementar el objetivo comercial, como pueden ser la homologación de títulos profesionales o el establecimiento de entidades financieras y de seguros.

Según el Ministerio de Comercio Exterior [COMEX] (2012), las naciones de la Unión Europea y Costa Rica se encuentran relacionadas de forma comercial bajo el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AACUE). Esta negociación busca mejorar la oferta de exportación del país americano y fortalecer la integración económica de los países de América Central. También se busca consolidar, expandir y mejorar los beneficios para facilitar las exportaciones en cuanto a cargas y derechos arancelarios.

También debe mencionarse que el tratado establecido busca la eliminación de barreras arancelarias, de una transición gradual al libre comercio de aquellos productos que presentan competencia externa. Conjuntamente, se tiene como objetivo promover la productividad, y

el empleo de las inversiones, coinversiones y alianzas estratégicas, así como la política de desarrollo a través del comercio recíproco.

En cuanto a la exportación de frutas y subproductos, este acuerdo ha establecido una reducción de aranceles desde los €145 hasta los €75 por tonelada por diez años, en los cuales la exportación inicial representa más de 1,1 millones de toneladas. Dicho monto ha aumentado un 5% desde la entrada en vigor de este tratado y al pasar este período, la cantidad de salidas supera los 1.5 millones de toneladas. En este acuerdo también se estableció una desgravación lineal de una década para cocos y de un lustro para hilados de este.

Posicionamiento de Costa Rica ante el mercado internacional

Según el Consejo de Alto Nivel de los ODS, el Comité Directivo y Equipo de Naciones Unidas en Costa Rica (2017), el país es considerado por el mercado internacional como una nación de renta media alta cuyas principales relaciones comerciales se han desarrollado en América del Norte, la Unión Europea, tanto para exportaciones como importaciones; así como en territorios del continente asiático en cuanto a productos entrantes. De igual forma, se reportan salidas de bienes al Mercado Común Centroamericano (MCCA).

Actividades comerciales de Costa Rica que influyen en su posicionamiento ante el mercado internacional

Asimismo, el Consejo de Alto Nivel de los ODS et al. (2017), describen que en los últimos años; las relaciones comerciales del país se han visto influenciadas por las importaciones, principalmente de materias primas, así como bienes de consumo y capital. De igual manera, se puede mencionar la participación que ha tenido el país con la exportación de productos de origen agrícola, así como instrumentos utilizados en el área de medicina.

De igual forma, cabe destacar que las exportaciones han mostrado un dinamismo, el cual también se ve impulsado por la evolución que han presentado el sector eléctrico y electrónico, la producción de metal-mecánica, caucho, químico, pecuario y pesca. También, se sigue observando un crecimiento en las áreas relacionadas con el sector agrícola y alimentario.

María Acero, Aguilera y García, M. (2018) mencionan a Costa Rica como un país con alta apertura comercial, la cual, de otros factores como la educación, estabilidad política, entre otros; ha contribuido al éxito económico de la nación. De igual forma destacan como este ha aumentado su productividad al invertir en los sectores textiles, de electrónica, y manufactura; lo cual ha permitido la fabricación de productos de alta tecnología para ser exportados.

Jaramillo, Gutiérrez, Torrentes y Ruiz-Arranz (2019) distinguen el crecimiento económico que ha tenido este territorio centroamericano en comparación con otros de la región; y hacen énfasis en que la estrategia que han aplicado en los últimos años se basa en la apertura e integración comercial, conjuntamente en atraer Inversión Extranjera Directa (IED) con el fin de incentivar la vocación productiva y exportadora de la población.

Igualmente, señalan que Costa Rica ha conseguido atraer a grandes compañías extranjeras por medio de la creación de zonas francas y promoción internacional. Esto ha resultado en un aumento de las salidas de productos nacionales, así como en la diversificación y sofisticación de estas, lo cual ha ubicado a esta región en el primer exportador de alta tecnología en Latinoamérica.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2017) también menciona como Costa Rica busca actualizar su estrategia de crecimiento en las diferentes las regiones del país por medio del fomento y facilitación del comercio y la participación extranjera; lo cual también le permitirá ampliar sus cadenas de producción con el mejoramiento de su infraestructura.

Impacto de las exportaciones de Costa Rica a su posicionamiento ante el mercado internacional

Daniels et al. (2013) señalan que, desde la década de 1990, el país realizó algunas modificaciones en cuanto a sus actividades comerciales, principalmente bajo recomendaciones del Servicio de Asesoría sobre Inversión Extranjera (FIAS). Se produjo en el país un enfoque en cuanto a la producción de dispositivos médicos, los cuales constituyen dos tercios de la exportación de mercancías de Costa Rica y han atraído a inversionistas extranjeros como las compañías Abbott Laboratories, Baxter y Procter & Gamble.

Las exportaciones realizadas son impulsadas por tres dimensiones específicas. En primera instancia se puede mencionar el aumento en la rentabilidad, debido a que en ocasiones los mercados extranjeros no cuentan con alternativas competitivas o pueden estar en otra etapa del ciclo de vida del producto. Esto permite desencadenar una competencia de precios, así como ampliar el alcance de sus ventas.

A menudo las compañías venden sus productos a precios más altos en el extranjero que en el propio país. Los mercados extranjeros pueden carecer de alternativas competitivas o pueden estar en diferentes etapas del ciclo de vida del producto. Los productos maduros en casa desencadenan la competencia de precios, mientras que las etapas de crecimiento en los mercados extranjeros permiten imponer precios más altos. También, las exportaciones permiten a una empresa ampliar su alcance de ventas.

Al mismo tiempo la empresa exportadora puede obtener mejoras en su productividad al optimizar la eficiencia operativa, lo cual puede darse ya sea haciendo uso de la capacidad no utilizada o distribuyendo sus costos de investigación. El vender más productos en la mayor cantidad de mercados posible logra que se presenten ganancias en productividad. Al mismo tiempo, el flujo de conocimiento entre compradores y competidores impulsa a los exportadores a innovar.

También debe mencionarse que, con las salidas de productos, las compañías pueden diversificar sus actividades, y fortalecer de esta forma su capacidad de adaptarse a cambios en el mercado., desarrollar clientes en diferentes mercados reduce la vulnerabilidad a la pérdida de un comprador local. De igual forma, se producen mejoras en las negociaciones con proveedores existentes y las tasas de crecimiento en los mercados permiten compensar las ventas débiles en un país con las fuertes en otro.

Impacto que generan las exportaciones de Costa Rica hacia Europa a su posicionamiento ante el mercado internacional

Insignares y Verbel (2019) destacan que existen cuatro pilares importantes que se ven impactados por las relaciones bilaterales entre los países de Latinoamérica y la Unión Europea. En primer lugar, cita la economía y menciona que la estructura y dinámica que ésta presente puede determinar los intereses de los países miembros en un contexto globalizado

en el cual de forma progresiva se ha experimentado la eliminación de barreras en cuanto a la inversión y el comercio.

El segundo pilar se encuentra relacionado a las condiciones políticas de la nación perteneciente a la región latinoamericana, al comportarse esta como un receptor de ayudas o contraparte de la UE. De igual forma se señala el comercio como otro de estos indicadores, en el cual, a partir de la integración y consolidación de lazos se experimenta un avance al establecimiento de tratados internacionales que regulen el intercambio de bienes y servicios.

Por último, se menciona la cooperación internacional, en la cual Insignares (2019) hace énfasis en que los países del continente americano son tradicionalmente quienes reciben este recurso, el cual puede presentarse como ayudas para su desarrollo o incluso otro tipo de transacciones bilaterales oficiales cuya esencia sea facilitar el comercio, como pueden ser los flujos oficiales.

Según el COMEX (2012), las relaciones comerciales con la Unión Europea fortalecen el engranaje comercial de Costa Rica y lo introduce en una estructura económica cada vez más globalizada. Conjuntamente le abre al país la posibilidad de exportar a un mercado de 27 naciones, con millones de consumidores que poseen un gran poder adquisitivo y demandan productos de calidad, esto da pie a la inversión nacional y extranjera.

También menciona que las salidas de productos con origen en el país del continente americano y con destino a naciones de la Unión Europea han llegado a significar un superávit importante para la región costarricense. Este territorio se convirtió en uno de los principales destinos para las exportaciones realizadas, de las cuales, se obtuvo mayormente la participación de productos agrícolas.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque

Hernández y Mendoza (2018) dicen que el enfoque cualitativo se basa en “métodos de recolección de datos no estandarizados al inicio ni completamente predeterminados”. Dichos datos suelen obtenerse de narrativas de diferentes clases, como, por ejemplo: escritas, verbales, visuales (fotografías e imágenes), auditivas (sonidos y grabaciones de audio), audiovisuales (videos), artefactos, entre otras.

Igualmente, Hernández y Mendoza mencionan que, dentro del enfoque cualitativo, existen otras formas de recolectar información como “la revisión de documentos, observación no completamente estructurada, entrevistas en profundidad, grupos de enfoque, registro de historias de vida y evaluación de experiencias individuales y compartidas”, las cuales son utilizadas acorde con las necesidades del estudio.

Para este trabajo de investigación se utiliza este tipo de enfoque debido a que se desea investigar y detallar de manera profunda el proceso que se debe seguir para la exportación de coco y sus subproductos desde Costa Rica al mercado europeo, así como señalar la forma en la que dicho proceso influye en el posicionamiento que tiene el país ante los mercados internacionales.

Diseño

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el diseño de la investigación es “abierto y flexible” y se caracteriza por ser construido durante el proceso y adaptarse a las circunstancias. Igualmente, lo definen como una estrategia que busca obtener información relevante con el propósito de responder a la pregunta establecida en el planteamiento del problema.

En la presente investigación se utilizará el tipo de diseño fenomenológico, el cual según Hernández y Mendoza “explora, describe y comprende las experiencias de las personas respecto a un fenómeno”. Este tipo permitirá comprender las experiencias y sentimientos de las personas en relación con el objeto de estudio, de forma que los investigadores trabajen de forma directa con los participantes y sus vivencias.

Para la presente investigación, el fenómeno que se estará observando será el proceso de exportación de coco y subproductos desde Costa Rica hacia el mercado europeo, así como los permisos que se requieren. Por otra parte, se buscará estudiar y detallar la forma en la cual dicho proceso provoca un efecto en el posicionamiento del país en el mercado a nivel internacional.

Fuentes

Fuentes primarias

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que las fuentes primarias son aquellas que “proporcionan datos de primera mano”. Esto es debido a que este tipo de documentos reflejan los resultados de un estudio. Conjuntamente, señalan también que estas sintetizan en mayor medida la información obtenida, profundizan en los temas que desarrollan, son examinadas por profesionales, son especializadas y puede tenerse acceso a ellas por medio del uso del internet.

De igual forma, Hernández y Mendoza (2018) hacen mención a que estas pueden ser localizadas en diferentes sitios como bibliotecas físicas y electrónicas, filmotecas, hemerotecas, videotecas, entre otras. También señalan como fuente primaria a los artículos de revistas científicas. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se tomarán los testimonios de profesionales em materia de exportación como el medio primario para la obtención de la información; además de libros y revistas de alta confiabilidad.

Fuentes secundarias

Según Silvestrini y Vargas (2018), este tipo de fuente contiene información primaria, sintetizada y reorganizada, la cual busca facilitar el acceso al contenido de las fuentes primarias, mencionan que se hace referencia a ellas cuando por alguna razón no se puede utilizar una de tipo primaria, y son utilizadas para confirmar hallazgos o ampliar la información obtenida.

En adición a lo anterior, Menéndez (2019) define estas como aquellas fuentes en las que la información ha sido procesada anteriormente. Para este trabajo de investigación se estará utilizando información obtenida por entes gubernamentales y no gubernamentales con

conocimiento del tema, ya sea por medio de publicaciones y estudios de alta confiabilidad o información basada en discusiones con expertos.

Muestra

Creswell y Creswell (2018), Flick (2013), Savin-Baden y Major (2013) y Miles y Huberman (1994b) citados por Hernández y Mendoza (2018) mencionan que, en una investigación de tipo cualitativa, la muestra se refiere al conjunto de personas, sucesos, eventos, comunidades, entre otros; sobre los cuales se pueda realizar una recolección de datos sin necesidad de que sean representados de forma estadística.

Además, Neuman (2009) citado por Hernández y Mendoza (2018) menciona que el tamaño de esta no se determina de inmediato, sino que se establece una unidad de muestreo y esta se conoce cuando las nuevas unidades no aportan información nueva. Para esta investigación se estará utilizando como muestra a profesionales en materia de exportación de frutas, quienes en su mayoría actualmente operan en territorios lejos de las zonas costeras; principalmente en territorios de Alajuela, Heredia, Cartago, Guanacaste y Puntarenas.

N° de Entrevistado	Entidad	Razón
Entrevistado 1	TicoFrut	Jefe Logística y Exportación
Entrevistado 2	Compañía Frutera La Paz	Gerente General
Entrevistado 3	Inco Internacional	Coordinador Logístico
Entrevistado 4	PROBIO	Gerente
Entrevistado 5	La Perla del Sur	Director
Entrevistado 6	B&C Exportadores del Valle De Ujarrás	Gerente
Entrevistado 7	Florida Products	Departamento de Exportación

Unidades de Análisis

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que la unidad de análisis es aquella que constituye los datos finales que van a ser examinados en un proceso estadístico, los cuales

permiten conocer cómo se comportan las variables de interés dentro de estas, de lo anterior, mencionan que en ocasiones puede ser la misma que la unidad de muestreo, la cual se define como el caso en el que se selecciona una población, la cual posteriormente integrará la muestra.

Galeano (2020) hace mención a que esta unidad permite al investigador descomponer la información obtenida, para que al momento de ser definida esta permita codificar, nombrar, desarrollar y relacionar cada una de las categorías. Para la presente investigación se estarán definiendo las unidades de análisis al tomar como base los datos recolectados mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de expertos em asuntos referentes a la exportación de frutas.

Objetivo	Categoría de Análisis	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
Explicar los procesos para la exportación de subproductos de coco desde Costa Rica al mercado europeo.	Procesos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Volúmenes de Producción 2. Calidad del Producto 3. Costos 4. Gestión de Exportaciones 5. Trámites Virtuales 6. Certificaciones 7. Capacitaciones 8. Alianzas Público-Privadas 9. Apoyo del Estado 10. Desconocimiento 	Conjunto de actividades.	Cuestionario	2, 5, 8, 9
Estudiar los permisos necesarios para la exportación de subproductos de coco desde Costa Rica a los mercados europeos.	Permisos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Codificación Arancelaria 2. Registro de Exportador 3. Logística Comparada a Nivel Mundial 4. Retrasos en Trámites 	Autorización que libera de toda ligadura o traba, que dificulte o impida la realización de una acción.	Cuestionario	3, 4, 6, 11

		5. Limitantes en Logística			
Determinar el posicionamiento de Costa Rica ante el mercado internacional con la exportación de subproductos de coco a Europa.	Posicionamiento	1. Productos 2. Beneficios a nivel económico 3. Beneficios a nivel comercial 4. Relación Comercial CR-UE 5. Dificultades para competir en el mercado	Significado o la imagen que tiene un producto en la mente de los consumidores.	Cuestionario	1, 7, 10, 12

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Hernández y Mendoza (2018), explican que un cuestionario es un medio utilizado en encuestas de todo tipo, el cual consiste en un conjunto de preguntas que mide una o más variables. Este actúa también como un diagnóstico para diferentes sectores y se considera que este es posiblemente el instrumento más utilizado para la recolección de datos. Se menciona que dicha herramienta debe ser “congruente con el planteamiento del problema e hipótesis”.

Villaverde, Monfort de Bedoya y Merino (2020) señalan a este instrumento como una pieza clave para la obtención de información, e indican que el propósito de este instrumento es conseguir la mayor cantidad de datos a través de unas preguntas aplicadas a una muestra, en función de los objetivos establecidos para la investigación. Detalla que las opiniones recolectadas a través de este son homogenizadas al obtener las respuestas de los encuestados, para un mejor tratamiento de estas.

Entrevista

Hernández y Mendoza (2018), mencionan que en una entrevista se da la participación de un entrevistador, el cual debe ser una persona “entrenada y calificada”, quien, debe conocer a fondo el cuestionario. Dicho participante se encargará de aplicar este instrumento a los entrevistados y anotar sus respuestas, evitando sesgar o influir en estas para que el proceso pueda concluirse de forma exitosa. Señalan que este procedimiento es crucial, ya que representa una especie de filtro.

Hernández y Coello (2020) determinan que existen dos tipos de entrevista, la estructurada y no estructurada; la primera aplicada a especialistas en un tema, y la segunda siendo más abierta. Asimismo, indican que, en una investigación cualitativa, este instrumento se transforma en un diálogo que permite clasificar de los datos obtenidos. Mencionan que es fundamental la utilización de informantes que tengan posiciones favorables que les brinden acceso a información que puede no estar al alcance del entrevistador.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

Hernández y Mendoza (2018) dicen que la recolección de datos en un enfoque cualitativo es fundamental, y no mide variables para llevar a cabo el análisis estadístico. Este tipo de estudio busca “obtener datos (que se convertirán en información) de personas, otros seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias "formas de expresión" de cada unidad de muestreo.”

La recolección de datos suele ocurrir en ambientes cotidianos de las unidades de muestreo. En proceso cualitativo intervienen parcialmente los instrumentos como las entrevistas y grupos de enfoque para la obtención de esta información, sin embargo, la característica principal de esto es realmente el investigador; el cual, mediante diferentes métodos o técnicas, recoge los datos.

También se puede mencionar que existen otras formas de recopilar y analizar información que involucra al investigador como la característica fundamental en u proceso cualitativo. Entre estas se destacan entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, anotaciones, lenguaje escrito, verbal y no verbal, conductas observables e

imágenes. Hernández y Mendoza explican que los datos recogidos deben ser transcritos cuando resulte necesario, y deben codificarse.

Para esta codificación existen diferentes niveles, dependiendo de si generan unidades de significado y categorías, temas o categorías más generales o el tema central. Esto ayuda a establecer una relación entre los conceptos obtenidos y a producir una teoría enlazada con los datos obtenidos. En el presente trabajo de investigación se estará haciendo uso de un cuestionario; el cual será aplicado a expertos, como instrumento para obtener datos que puedan ser codificados luego de realizar la entrevista

Dicho cuestionario servirá como una base para la obtención de más información que resulte relevante al tema de estudio al ser aplicado a personas con amplio conocimiento en el área que se está investigando. Una vez hayan finalizado las entrevistas y se hayan recolectado los datos más pertinentes, se buscará entrelazar y codificar los conceptos que se obtengan de la muestra elegida.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Se mostrará en el presente capítulo el análisis de los resultados obtenidos mediante las entrevistas y la revisión bibliográfica realizadas; y estará organizado de forma tal que se mostrará de forma inicial una tabla que detalle las unidades de análisis y sus respectivas categorías, obtenidas a partir de los objetivos general y específicos de este trabajo de investigación.

Una vez que se hayan mostrado estos datos, en este apartado se presentará una descripción de cada una de las categorías obtenidas a partir de la muestra consultada y se analizará la información obtenida con el objetivo de interpretar e interrelacionar las respuestas obtenidas por expertos y fuentes confiables, con conocimiento en el tema de estudio; lo cual permitirá dar respuesta al problema de investigación.

Unidad de Análisis	Categoría
Procesos	<ol style="list-style-type: none">1. Volúmenes de Producción2. Calidad del Producto3. Costos4. Gestión de Exportaciones5. Trámites Virtuales6. Certificaciones7. Capacitaciones8. Alianzas Público-Privadas9. Apoyo del Estado

	10. Desconocimiento
Permisos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Codificación Arancelaria 2. Registro de Exportador 3. Logística Comparada a Nivel Mundial 4. Retrasos en Trámites 5. Limitantes en Logística
Posicionamiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Productos Beneficios a nivel económico 3. Beneficios a nivel comercial 4. Relación Comercial CR-UE 5. Dificultades para competir en el mercado

Unidad de Análisis 1: Procesos

Esta primera unidad es definida como un conjunto de actividades. Si se enfoca en cuanto al proceso a seguir para poder exportar subproductos de coco a la Unión Europea desde Costa Rica, el instrumento utilizado y la muestra establecida y consultada, revelaron un conjunto de nueve categorías que se pueden derivar de esta manera para profundizar su análisis y comprensión:

1. Volúmenes de Producción
2. Calidad del Producto
3. Costos
4. Gestión de Exportaciones
5. Trámites Virtuales
6. Certificaciones

7. Capacitaciones
8. Alianzas Público-Privadas
9. Apoyo del Estado
10. Desconocimiento

Categoría 1: Volúmenes de Producción

Descripción

Se puede observar en las entrevistas, al identificar los resultados, que dentro de la muestra consultada se considera a los volúmenes de producción como parte de los procesos que presentan mayores desafíos para los productores. Se deben señalar las siguientes frases como evidencia de lo anterior:

“Volúmenes de producción que permitan diluir inversión importante en equipo.”
(Entrevistado 1)

“Certificar el cultivo, la planta de proceso y cumplir con los volúmenes.” (Entrevistado 2)

“Nosotros no podemos competir con productos agrícolas como por ejemplo los precios de Tailandia que son ridículamente bajos, y nosotros no tenemos esos volúmenes.”
(Entrevistado 6)

“la producción en Costa Rica es limitada y no creería que llegará a ser un producto que pueda sustituir a el banano o la piña” (Entrevistado 3)

Análisis

Se logra comprender según la información obtenida bajo esta categoría, que cumplir con los volúmenes de producción requeridos, de representar un potencial obstáculo, forma parte de uno de los procesos indispensables por los que deben velar las empresas que deseen exportar subproductos de coco a la Unión Europea, lo cual puede contribuir no solo para cubrir la demanda a nivel nacional; sino también la que pueda surgir al estrechar relaciones comerciales con países de esta región.

Galán (2014) define el volumen de producción como el tamaño en relación con la dimensión de la demanda. Es por esto que, al asegurarse de poseer las condiciones óptimas

en cuanto a la cantidad de bienes a ofertar, el mercado de subproductos de coco costarricense puede volverse atractivo a nivel internacional; lo cual abriría más posibilidad de unir lazos con diferentes naciones y aumentar los niveles de ventas, permitiendo así que los exportadores puedan invertir en equipos especializados que les faciliten garantizar la calidad de sus productos.

Categoría 2: Calidad del Producto

Descripción

Al consultar la situación del país en cuanto a la eficacia de los procesos de exportación que existen en el país, los expertos señalan que dentro de la oferta comercial que se presenta a los mercados externos se incluyen productos frescos, sin embargo; también señalan que poder cumplir con esta condición también representa un desafío. Lo anterior se puede ver reflejado en las siguientes afirmaciones:

“Los productos frescos o de poca duración.” (Entrevistado 3)

“la producción en finca, actualmente tanto la pipa como el coco no se cultiva a nivel industrial, para sacarle el máximo provecho al producto.” (Entrevistado 5)

“la calidad y sostenibilidad de la producción de los productos.” (Entrevistado 3)

“Calidad, precios y logística. Tenemos un país muy competitivo en temas de suelo y de clima, entonces la calidad de nuestros productos los hace competitivos por sí solos.” (Entrevistado 6)

Análisis

Los enunciados ejemplificados permiten observar que el garantizar que los subproductos de coco que se ofrezcan a las naciones de la Unión Europea se encuentran en buenas condiciones representan para los productores nacionales un desafío importante, sin embargo; esto constituye una parte importante del proceso de exportación y de la competitividad en cuanto a negociación internacional con esta región se refiere; lo cual, en consecuencia, resulta beneficioso para el país.

Según Carot ,Carrión y Jabaloyes (2020), la calidad es el conjunto de propiedades de un producto o servicio que se refieren a su aptitud para satisfacer unas necesidades

expresadas. Actualmente, las naciones de la Unión Europea presentan un interés particular en productos orgánicos con estas características, lo cual significa que, para lograr relaciones comerciales efectivas en materia de productos derivados del coco, los productores nacionales tienen la responsabilidad de velar por cumplir con este objetivo para que sus bienes costarricenses logren destacar en el mercado y se puedan estrechar lazos importantes.

Categoría 3: Costos

Descripción

Se menciona al hablar de cómo se puede ver afectada la eficiencia en los procesos de exportación que tiene Costa Rica, dentro de la muestra que los costos representan un impacto importante que, según los entrevistados puede beneficiar al proceso de exportación o convertirse en una desventaja. Esto puede verse ejemplificado en las siguientes respuestas:

“costos bajos, cortos tiempos de respuestas, trámites virtuales.” (Entrevistado 1)

“en temas de préstamos bancarios las tasas son super altas, la tramitología para crear una empresa es sumamente costosa, y el transporte internacional afecta el precio de una negociación” (Entrevistado 7)

“Los costos son demasiado altos, principalmente en transporte marítimo” (Entrevistado 7)

“En temas de competitividad tenemos precios altos en comparación a otros países, donde no pagan cargas sociales, donde los gobiernos aparte de eso los apoyan más, donde tienen tarifas internacionales aéreas muchísimo más bajas que las de nosotros.” (Entrevistado 7)

Análisis

Se puede determinar de acuerdo con información anterior, que los productores nacionales de bienes derivados del coco perciben desde ópticas diferentes el cómo los costos intervienen en el proceso de exportación, por lo que es necesario que a nivel país se busquen reformas que permitan a quienes deseen incursionarse en este mercado poder participar de él sin verse en desventaja ante otras empresas costarricenses con un mayor poder adquisitivo para quienes esto no representa un obstáculo, a fin de que todos tengan la oportunidad de ofertarlos a nivel internacional.

Alvarado (2016) expone el costo como una salida de dinero que se realiza con el propósito de cubrir determinados gastos. De esta definición se entiende que, si estos son bajos, los exportadores de bienes derivados de otro tipo de frutas podrían encontrar en el mercado del coco oportunidades de negocio, y decidir enfocar parte de sus recursos en este también; ayudando a diversificar la oferta exportable de Costa Rica y permitir que este tipo de productos llegue a formar parte de la marca país; consiguiendo así colocarlo como uno de los puntos a referenciar en la comercialización de estos, y fortalecer su economía.

Categoría 4: Gestión de Exportaciones

Descripción

Se hace mención dentro de la muestra consultada cuál otro de los factores que influyen en que Costa Rica es eficiente en cuanto a sus procesos de exportación, el cual es la política y gestión de estos que se presenta desde años atrás. Esto puede obtenerse de la siguiente respuesta:

“Hay una política y gestión de exportaciones sostenida desde hace años.” (Entrevistado 2)

“Vivimos en un país que le ha apostado a la diversificación de la oferta exportable por lo cual el coco debería de entrar en esa propuesta de exportación.” (Entrevistado 1)

“La eficiencia radica en el querer como el hacer, CR es un país que genera grandes exportaciones” (Entrevistado 7)

Análisis

Se logra comprender según la afirmación anterior, que la principal razón por la que los exportadores nacionales son capaces de percibir competitividad y eficiencia en cuanto a los procesos que deben de seguir para posicionar sus productos en los mercados exteriores tiene relación con el hecho de que desde años anteriores, Costa Rica ha experimentado una gran preparación en materia de gestión, lo cual ha contribuido a que la logística se lleve de forma organizada y satisfactoria para los productores. Según Westreicher este concepto se refiere a una serie de tareas que se realizan para acometer un fin planteado con antelación.

Al mismo tiempo se logra entender que las entidades competentes en materia del comercio y logística costarricense han establecido políticas que buscan beneficiarlos a ellos,

de forma que obtengan acceso a las mejores condiciones posibles en temas relacionados a la comercialización de sus bienes; para que con estas el proceso de ofertar sus bienes a mercados externos se vea facilitado, lo cual puede resultar de utilidad al momento en que busquen estrechar lazos con la Unión Europea.

Categoría 5: Trámites Virtuales

Descripción

En cuanto a la eficiencia de los procesos de exportación de Costa Rica también se incluyen los trámites virtuales. Asimismo, se determina que existen procesos que aún no cuentan con esta facilidad, y que, de hacerlo, podría contribuir en la facilitación del comercio. Lo anterior puede ejemplificarse al observar la respuesta obtenida según la muestra.

“costos bajos, cortos tiempos de respuestas, trámites virtuales.” (Entrevistado 1)

“Cualquier avance en materia de facilitación de comercio y de virtualidad favorece.” (Entrevistado 1)

“Sistematizando los procesos.” (Entrevistado 3)

“Tal vez, este tipo de permisos fitosanitarios se puede hacer de manera virtual como los de PROCOMER, para que todo esto sea más rápido, con tecnologías, creo que se le quitaría la recarga de trabajo a la encargada del departamento fitosanitario si se tuviera un programa para hacer esto.” (Entrevistado 6)

Análisis

Se puede comprender de acuerdo con las respuestas obtenidas, que tener la posibilidad de utilizar recursos como la Internet para obtener todos los permisos necesarios para comercializar sus bienes, le brinda a los exportadores y productores de subproductos de coco la oportunidad de posicionarse en el mercado de forma óptima, eficaz y rápida; pudiendo así, sacar el mejor provecho en las negociaciones con otras naciones del mundo y facilitar el comercio con estas.

Conjuntamente poder realizar todos los trámites necesarios de forma virtual contribuiría a evitar sobrecargar de tareas a los funcionarios de las autoridades competentes,

y les permitiría a todos los nacionales que se desempeñen en el mercado de productos derivados del coco el tener igualdad de condiciones, ya que podrían completar el proceso sin verse afectados por tener que esperar a obtener una respuesta por parte de estos, la cual puede tardar según el volumen de trabajo que tengan. De acuerdo con Roldán (2018) un trámite es conjunto de acciones destinadas a conseguir un objetivo particular.

Categoría 6: Certificaciones

Descripción

Se puede durante las entrevistas observar que dentro de la muestra se consideró que las certificaciones de un producto representan para los exportadores de subproductos de coco un desafío, de ser un procedimiento que puede ser simplificado para que resulte más atractivo en el mercado europeo. Esto puede evidenciarse por medio de las siguientes frases: *“Certificar el cultivo, la planta de proceso y cumplir con los volúmenes.” (Entrevistado 2)*

“Cumplimiento de certificaciones GlobalGap y de inocuidad en planta procesadora.” (Entrevistado 2)

“Organizarlos, que certifiquen sus siembras Global Gap.” (Entrevistado 2)

“El mayor obstáculo no son los permisos locales, no compran productos de valor agregado sin certificaciones de inocuidad de prestigio internacional como BRC, AIB, etc..” (Entrevistado 2)

“GlobalGap y cualquiera de inocuidad en planta BRC, AIB, IFS, Iso 22000, etc....” (Entrevistado 2)

Análisis

Esta categoría refleja que mercancías como las que se desean exportar deben cumplir con diferentes tipos de certificaciones para poder ser posicionadas con éxito a lo largo del mercado europeo. El cumplir con el proceso de certificar un cultivo y/o bien derivado del coco le ayudará a los productores nacionales a darle un valor agregado a su oferta; debido a que le permitirá identificar y comprobar detalles importantes como su origen, calidad, entre otras características.

Según Sánchez (2020) una certificación es una forma de señalar una serie de características, méritos o condicionantes de un hecho o un bien. Es por eso que este proceso puede tener un efecto positivo en el posicionamiento de derivados de coco en la Unión Europea; ya que al darles visibilidad a los consumidores de esta región acerca de detalles importantes de estos como su calidad e inocuidad de ellos, podrían interesarse más en la oferta exportable tica, en comparación con los otros países, teniendo en cuenta cuán importantes son estas características al momento de adquirir este tipo de materias.

Categoría 7: Capacitaciones

Descripción

Se logra identificar bajo esta categoría, que existen productores que consideran que las capacitaciones proporcionadas por las autoridades e instituciones públicas representan un apoyo que puede contribuir a la eficiencia de los procesos de exportación de subproductos de coco. Lo anterior es ejemplificado por las siguientes afirmaciones:

“Los programas de capacitación y acompañamiento de PROCOMER ayudan muchísimo.”
(Entrevistado 3)

“Pueden brindar capacitaciones para optimizar la producción.” (Entrevistado 3)

“Creo que el hecho de que PROCOMER esté presente en este proceso hace que las cosas se faciliten.” (Entrevistado 7)

Análisis

Se logra comprender al observar las afirmaciones anteriores que, para los productores nacionales de subproductos del coco, los procesos que deben seguir para poder exportar han resultado eficientes gracias al acompañamiento que reciben de instituciones como PROCOMER, las cuales dedican parte de sus recursos en capacitaciones que traten temas relevantes que contribuyen a instruirlos, lo cual llega a facilitar y asegurar el seguimiento correcto de los procedimientos. Coll (2021) define esta categoría como una actividad enfocada a la constante preparación y formación.

Por otra parte, el poder contar con este tipo de herramientas proporcionadas por las autoridades competentes y entidades públicas con conocimientos amplias en el tema

representa también grandes oportunidades para aquellos que busquen por primera vez incursionar en el mercado europeo como exportadores de bienes derivados del coco, ya que este recurso puede funcionar como una guía de qué se debe hacer y cómo, para poder posicionarse de forma eficaz.

Categoría 8: Alianzas Público-Privadas

Descripción

Se debe mencionar en esta categoría qué se obtiene como respuesta a la interrogante en cuanto a las acciones que pueden ejecutar las autoridades para apoyar a los productores de subproductos de coco para que las exportaciones sean exitosas. Lo anterior se encuentra detallado en la siguiente respuesta:

“Es un producto de nicho por lo que desde el gobierno se debe liderar alianzas público privadas que articulen modelos de trabajo bajo las figuras de clúster para ofrecer una oferta exportable más sólida y completa.” (Entrevistado 1)

“Si nosotros tuviéramos un apoyo del gobierno para empresas, emprendedores o estudiantes que quisieran empezar a desarrollar este tipo de proyectos en términos de la importación de maquinaria especializada desde China, definitivamente con un apoyo estatal podría ser más fácil.” (Entrevistado 6)

Análisis

Se puede determinar con respecto a la respuesta anterior, que al intentar posicionar bienes derivados del coco en el mercado internacional; específicamente en la Unión Europea, y desarrollar proyectos relacionados; se requiere asistencia por parte del gobierno para poder financiarlos. Conjuntamente, se puede sacar provecho de que estos representen productos de nicho y orientar los modelos de trabajo, tanto de instituciones públicas como privadas a modo de clúster, mediante alianzas, lo cual permitirá un mejor rendimiento en cuanto a la productividad a nivel país.

Pérez y Gardey (2022) explican las alianzas como un acuerdo entre dos o más personas, organizaciones o naciones. El poder consolidar esta estructura laboral del país y utilizarla para el posicionamiento de subproductos de coco en los mercados europeos, abriría posibilidades importantes a nivel comercial, las cuales no solo presentan un enfoque en el

que se vean beneficiados económicamente los exportadores de cada sector, sino que contribuiría a que Costa Rica tenga los recursos y la productividad suficiente para mantener una oferta exportable más amplia de la actual.

Categoría 9: Apoyo del Estado

Descripción

Esta categoría indica que los productores nacionales se enfrentan a diferentes condiciones que obstaculizan sus posibilidades de exportar subproductos de coco a mercados europeos; las cuales podrían ser sorteadas con menor dificultad si contaran con más apoyo del Estado. Lo anterior se ve evidenciado en estas frases:

“Deberíamos tener más apoyo de parte del gobierno, a negociar tarifas aéreas mejores para nosotros los exportadores, claramente el tema de inversión, para nosotros los exportadores las tasas de crédito son demasiado altas.” (Entrevistado 6)

“En el tema de precios, definitivamente se pueden mejorar con ayuda del Estado.” (Entrevistado 6)

“Si nosotros tuviéramos un apoyo del gobierno para empresas, emprendedores o estudiantes que quisieran empezar a desarrollar este tipo de proyectos en términos de la importación de maquinaria especializada desde China, definitivamente con un apoyo estatal podría ser más fácil.” (Entrevistado 6)

Análisis

Se puede concluir al evaluar las respuestas obtenidas, que actualmente existen diferentes obstáculos a los que se ven expuestos los productores nacionales que desean exportar, principalmente en cuanto al financiamiento que necesitan para poder colocar sus bienes en los mercados internacionales. Se percibe que estos no reciben el apoyo suficiente por parte del gobierno para poder sortear estos desafíos, incluso siendo el caso que el posicionarse en el mercado puede resultar beneficioso para la economía costarricense

Em cuanto a esta categoría, Pérez y Gardey (2021) expresan que el apoyo se refiere a un favor, auxilio o protección que se brinda a alguien o a algo; por lo que se puede determinar que si los costarricenses que se dedican a la actividad em estudio contarán con mayor soporte

estatal, las condiciones en cuanto a tasas de crédito, inversiones, costos incurridos en la obtención de maquinaria y tarifas aéreas podrían mejorar; de manera que esto les permita establecerse en el mercado, y desarrollar proyectos; lo cual puede coadyuvar a que estos se vuelvan más competitivos a nivel internacional.

Categoría 10: Desconocimiento

Descripción

Se puede observar en esta categoría que existen productores nacionales que afirman no tener conocimiento de los procesos que intervienen en las exportaciones de subproductos de coco, de cómo pueden ser simplificados o la participación que tienen las autoridades con lo referente a estos. Esto puede verse ejemplificado en las respuestas dadas por los entrevistados:

“No tengo conocimiento.” (Entrevistado 4)

“Desconozco.” (Entrevistado 5)

“No tengo respuesta. En productos de coco no tengo conocimiento” (Entrevistado 7)

Análisis

Las respuestas obtenidas de los productores nacionales al cuestionar los factores que intervienen en los procesos de exportación de subproductos de coco que reflejan desconocimiento en el tema pueden deberse a diversas condiciones. Una de esas puede ser que estos pertenezcan a entidades o empresas que se han lanzado recientemente a este mercado específicamente; y que, por lo tanto, no hayan tenido ningún contacto directo con los procedimientos a seguir. Cabanellas de Torres (2014) se refiere a esto como no conocer o ignorar algo.

En contraste, otra de las potenciales razones que justifiquen los enunciados anteriores es que los encuestados aún no se hayan capacitado con respecto a los requerimientos, o no hayan recibido guías impartidas por instituciones con mayores conocimientos, por lo que es importante que estos puedan encontrar información de este tipo de manera rápida mediante plataformas confiables como la de PROCOMER, y otras entidades pertinentes para que su desconocimiento no represente un obstáculo en las relaciones comerciales.

Unidad de Análisis 2: Permisos

Esta unidad de análisis se define como una autorización que libera de toda ligadura o traba que dificulte o impida la realización de una acción. En este apartado se estarán describiendo cuatro categorías que muestran de qué forma intervienen los permisos en el proceso logístico para exportar subproductos de coco desde Costa Rica a la Unión Europea, las cuales son las siguientes:

1. Codificación Arancelaria
2. Registro de Exportador
3. Logística Comparada a Nivel Mundial
4. Atrasos en Trámites
5. Limitantes en Logística

Categoría 1: Codificación Arancelaria

Descripción

De acuerdo con la respuesta obtenida de la muestra seleccionada, los plazos y procesos para la obtención de permisos para exportar subproductos de coco que pueden afectar en la competitividad del país dependerán del bien específico que se desee posicionar, ya que los permisos pueden variar según su codificación arancelaria. Lo anterior puede identificarse por medio de la siguiente respuesta:

*“Los permisos para exportar pueden variar según el producto y su codificación arancelaria”
(Entrevistado 1)*

“Todo depende del producto y sus presentaciones” (Entrevistado 3)

“Todo está sujeto al tipo de producto” (Entrevistado 3)

Análisis

Se puede identificar al analizar el resultado anterior, que no existe un proceso estándar para todos los productos que desean ser posicionados en los mercados externos, sino que cada bien puede tener diferentes implicaciones legales y comerciales, por lo que resulta

importante que el exportador nacional se familiarice con la clasificación arancelaria de cada uno de los derivados y los permisos que esta conlleva para garantizar que no existirán retrasos ni obstáculos en las negociaciones. El Instituto Vasco de Estadística (2020) define esta categoría como el sistema que codifica las mercancías intercambiadas entre los países.

El conocer a profundidad la codificación y los procedimientos para comercializar sus productos también puede tener un impacto positivo para las relaciones comerciales de Costa Rica, ya que seguirlos en el orden y los plazos correctos puede facilitar el contacto con las naciones de la Unión Europea y disminuir la posibilidad de que debido a un incumplimiento o mal seguimiento de estos la competitividad del país se vea afectada y estas decidan estrechar lazos con otras en su lugar.

Categoría 2: Registro de Exportador

Descripción

Esta categoría surge a partir de la interrogante respecto a cuáles plazos y procesos afectan la competitividad del país en cuanto a la exportación de subproductos de coco; en la cual, los entrevistados confirman que consideran que no existe ningún obstáculo, ya que el registrarse para obtener permiso como exportador de PROCOMER es un trámite rápido y sin dificultades. Esto se evidencia por medio de las siguientes frases:

“Por lo menos en lo que se refiere a Procomer y registro como exportador es un trámite muy rápido.” (Entrevistado 1)

“El permiso de exportación lo saca cualquiera y es rápido, ese no es obstáculo.” (Entrevistado 2)

Análisis

Según la información obtenida, es posible identificar que uno de los permisos que tiene alta importancia para quienes deseen posicionar bienes derivados del coco a los mercados extranjeros es el Registro de Exportador, el cual resulta ser de fácil acceso para los productores mediante la plataforma de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), evitando así experimentar retrasos en el proceso de exportación del país.

Este documento lo define PROCOMER como el primer paso que debe seguir un empresario al iniciar el proceso de exportación ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

El poder contar con un procedimiento ágil y sencillo que le permita al productor nacional diligenciar una documentación tan importante representa una ventaja en cuanto a las relaciones comerciales que se desean formar con las naciones de la Unión Europea, ya que le puede posibilitar al exportar el posicionarse en este mercado de forma efectiva antes que individuos o empresas extranjeras lo hagan; lo cual a su vez previene que estos pierdan una oportunidad de negocio si no se cumple con los requisitos a tiempo.

Categoría 3: Logística Comparada a Nivel Mundial

Descripción

Se puede determinar dentro de esta categoría la percepción de los entrevistados en cuanto al posicionamiento que ocupa la logística de exportación de Costa Rica en comparación a países de Latinoamérica y el mundo, lo cual se ve reflejado de la siguiente forma:

“Una logística promedio no es la mejor pero tampoco la más mala. Somos privilegiados de estar muy cerca incluso en barco con servicios directos para atender el mercado USA como también Europa.” (Entrevistado 1)

“Con el mundo desarrollado terrible, pero en Latinoamérica de las mejores.” (Entrevistado 2)

“Buena” (Entrevistado 4)

“buena” (Entrevistado 5)

“Es complicada debido a las limitantes en infraestructura, escasas de transportistas, contenedores y servicios marítimos” (Entrevistado 3)

“Los costos son demasiado altos, principalmente en transporte marítimo. En cuanto al transporte aéreo, considero que tenemos bastantes rutas a nivel de Europa que gracias a las piñeras se ha logrado llegar a diferentes puertos” (Entrevistado 6).

Análisis

Estas afirmaciones reflejan que, en lo referente a logística, la labor realizada por Costa Rica la ha posicionado como una de las más sólidas en comparación con las naciones a lo largo de la región latinoamericana, lo cual, a través de los años ha servido para poder relacionarse comercialmente con países vecinos como Estados Unidos, y Panamá. Esto último favorece de igual forma la percepción que se obtiene de los mercados extranjeros y hace ver al territorio tico atractivo.

Pérez y Gardey (2022) se refieren a la logística como el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. Es necesario destacar que, aunque el trabajo en cuanto a este aspecto ha resultado ser bueno; para poder posicionarse al nivel de países más desarrollados, llamar la atención de estos, y evitar la pérdida de clientes actuales; es importante realizar mejoras que le permitan a la logística costarricense asemejarse a la de estas naciones y para lograr una competitividad alta que resulte llamativa y pueda traer consigo beneficios en cuanto el comercio y la economía.

Categoría 4: Retrasos en Trámites

Descripción

Se explora en esta categoría cómo se ve afectado el comercio del país y los exportadores mismos al acudir a entidades estatales para optar por diferentes permisos para que sus productos puedan llegar a mercados internacionales; y que estos presenten atrasos en cuanto al tiempo que tardan en ser tramitados. Lo anterior se refleja de la siguiente manera:

“Lo que mayormente afecta procesos de exportación es cuando se debe de sacar los registros de los productos, duran demasiado tiempo.” (Entrevistado 5)

“El comercio internacional se mueve mucho, entonces si usted no se mueve al mismo ritmo que ellos, otro exportador de otro país aprovecha esas oportunidades” (Entrevistado 6)

“todo está sujeto al tipo de producto, en relación con la intervención autoridades como todo en las entidades gubernamentales debe hacer varios procesos por lo que lleva tiempo.” (Entrevistado 3)

“En temas agrícolas y productos de alimentos, el que tiene injerencia en esto sería el Servicio Fitosanitario del Estado, en ese caso hay una señora que se encarga de tramitar todos los permisos de fitosanitario, entonces se vuelve bastante complejo que ella pueda tener respuesta a todos los empresarios de una manera rápida, y se puede perder un negocio por temas de permisos de exportación, entonces claramente llegan a afectar las oportunidades comerciales por un tema de rapidez.” (Entrevistado 6)

“La burocracia mata al exportador” (Entrevistado 7)

Análisis

Los datos anteriores reflejan que actualmente existen ciertos permisos necesarios para exportar bienes agrícolas y/o alimenticios que pueden tomar más tiempo que otros, de acuerdo con el procedimiento que estos conllevan a lo interno de las entidades que se encargan de emitirlos, lo cual puede representar una barrera para los productores nacionales que requieran posicionar los bienes derivados del coco en los mercados externos y causar brechas en las relaciones comerciales.

Gallego (2020) define retraso como el hecho de que algo tenga lugar más tarde de lo previsto. Por todo lo anterior, se refleja la necesidad de contar con un esquema de trabajo consolidado y similar en todas las instituciones que tienen como labor aprobar los permisos para poder exportar, de forma que se garantice que estos puedan ser obtenidos por los productores nacionales en un mismo período de tiempo, evitando que se vea comprometida la oportunidad de posicionarse a nivel internacional, y que esto permita establecer alianzas comerciales con los países pertenecientes a la Unión Europea en forma más eficaz y rápida.

Categoría 5: Limitantes en Logística

Descripción

Algunas de las respuestas obtenidas durante el proceso de entrevistas reflejan que la logística del país presenta ciertas desventajas en comparación con la de otras naciones del mundo. Esto se ve ejemplificado en las siguientes respuestas:

“Es complicada debido a las limitantes en infraestructura, escasas de transportistas, contenedores y servicios marítimos.” (Entrevistado 3)

“Los costos son demasiado altos, principalmente en transporte marítimo. Al ser un producto agrícola, la idea sería dar valor agregado a estos productos, que tenga precios más competitivos y que el tránsito del producto no afecte la negociación porque el producto tiene una vida útil para llegar.” (Entrevistado 6)

“Creo que es ineficiente, Caldera es un puerto que no da la talla, APM cuenta con la agilidad, pero sus tarifas son muy altas y puerto Limón no posee las herramientas para lograr el alcance que se necesita” (Entrevistado 7)

Análisis

Las afirmaciones anteriores demuestran que el mantener un nivel competitiva en una escala global en cuanto a exportaciones y comercio en general requiere que se cumplan con ciertas condiciones para poder asegurar que, de proporcionar productos de calidad, se siguen con ciertos estándares en cuanto a la logística; los cuales, actualmente están representando un desafío para Costa Rica, y que eventualmente podrían traducirse en retrasos o incumplimiento de los acuerdos pactados con otros países; lo que a su vez podría afectar la credibilidad de los productores nacionales.

Pérez y Gardey (2021) describen una limitación como una restricción. Para evitar lo anteriormente descrito, es necesario que las entidades que intervienen en materia de logística y comercio; trabajen en una reforma que solucione los problemas que a los que se enfrentan los exportadores de subproductos de coco, como las limitaciones en cuanto a infraestructura, transportistas, contenedores y servicios marítimos, de las altas tarifas a los que se ven expuestos; esto para garantizar negociaciones exitosas que no resulten afectadas por las condiciones actuales.

Unidad de Análisis 3: Posicionamiento

Esta última unidad de análisis busca determinar la forma en que se beneficiaría Costa Rica en cuanto a su posición en el mercado al convertirse en un país que establezca relaciones comerciales con la Unión Europea al exportar subproductos de coco. El término posicionamiento puede definirse como el significado o la imagen que tiene un producto en la mente de los consumidores. De esta unidad se derivan las siguientes categorías:

1. Productos
2. Beneficios a nivel económico
3. Beneficios a nivel comercial
4. Relación Comercial CR-UE
5. Dificultades para competir en el mercado

Categoría 1: Productos

Descripción

Durante el proceso de entrevistas, se pudo identificar que uno de los factores que más influye en el posicionamiento del país en el mercado europeo son los bienes que exporta, por los cuales se ha hecho conocido en los últimos años; se logró determinar cómo visualizan que se comportaría dicho posicionamiento con la incursión de subproductos de coco. Esto puede verse ejemplificado en las siguientes frases:

“Productos Orgánicos” (Entrevistado 1)

“Productos que se ligan con la marca país” (Entrevistado 1)

“Piña, café, banano.” (Entrevistado 2)

“No mucho, considero que son productos de nicho que no impactan sustancialmente a la balanza comercial del país.” (Entrevistado 1)

“Piña, Banano, Café” (Entrevistado 3)

“Piña” (Entrevistado 4)

“Piña, yuca y café” (Entrevistado 5)

“Flores ornamentales, piña, banano, café.” (Entrevistado 7)

Análisis

La evidencia presentada en esta categoría permite comprender que una de las principales cartas de presentación que ha utilizado Costa Rica para abrirse paso en los diferentes mercados internacionales año tras año ha sido la exportación de productos agrícolas; teniendo en cuenta que desde hace mucho tiempo estos han venido conformando una parte activa e importante de la oferta exportable del país, en la cual han prevalecido de forma destacable las frutas. Un producto se define, según Pérez y Gardey (2021), como todo aquello que ha sido fabricado.

Con lo anterior se puede deducir que, al intentar un acercamiento con regiones de la Unión Europea, los productores y exportadores nacionales de bienes derivados del coco pueden utilizar a su favor este antecedente, al hacer énfasis en las características que estos presentan, en lo llamativos que resultan al ser tropicales, y en la calidad que presentan todas las frutas que se han ofrecido a lo largo del tiempo.

Categoría 2: Beneficios a nivel económico

Descripción

Esta categoría determina que el establecer relaciones comerciales con países europeos a través de los subproductos de coco puede beneficiar al país no solamente en términos de posicionamiento internacional, sino que contribuiría al cubrir algunas áreas importantes a nivel económico, la evidencia de lo anterior se muestra a continuación:

“Cualquier nueva oportunidad de exportar se traduce en mayor empleo y reactivación económica.” (Entrevistado 1)

“Encadenamiento productivo, reactivación al sector, empleos, bienestar.” (Entrevistado 2)

“La Incorporación de un producto no tradicional a ese mercado, nos permite poder buscar nuevos métodos de producción, inversión.” (Entrevistado 3)

“Europa es uno de los mejores mercados, al ser un consumidor tan informado, pagan el producto porque valoran la calidad y el producto orgánico, por lo que es uno de los mejores mercados en ese sentido, y eso se traslada en venir a beneficiar la economía del país., de

que, al ser un mercado tan alto, hay posibilidades de crecimiento exponencial en este mercado.” (Entrevistado 7)

Análisis

La información anterior ayuda a determinar de forma concisa el mercado al que se plantea llegar, así como lo que los productores, y Costa Rica como país podrían esperar de las futuras negociaciones que se tengan dentro de este, permite determinar las ventajas a nivel económico en términos de empleo y reactivación económica que representarían para el país el poder establecer forma exitosa lazos comerciales permanentes en este sector por medio de la exportación de subproductos de coco.

Pérez y Gardey (2014) expresan que un beneficio es un bien que se hace o se recibe. Las afirmaciones obtenidas definen la forma en que este tipo de actividades resultan relevantes para el desarrollo, y como la incursión de bienes derivados del coco se pueden convertir en una oportunidad y un recurso mediante el cual se puedan cubrir diferentes necesidades que enfrenta la nación actualmente; como el alto porcentaje de desempleo que existe, de la reactivación económica que preocupa a algunos sectores y la atracción de inversión.

Categoría 3: Beneficios a nivel comercial

Descripción

Según la muestra obtenida, esta categoría hace referencia a la forma en la cual el destinar exportaciones de subproductos a la Unión Europea causa un impacto positivo para el país en términos comerciales. Esto puede verse reflejado a través de las siguientes respuestas:

“Vivimos en un país que le ha apostado a la diversificación de la oferta exportable por lo cual el coco debería de entrar en esa propuesta de exportación.” (Entrevistado 1)

“Encadenamiento productivo, reactivación al sector, empleos, bienestar.” (Entrevistado 2)

“La confianza de marca país, esto haría que el consumidor al saber que la mercancía es de CR automáticamente se sienta seguro de lo que consume.” (Entrevistado 7)

Análisis

Se logra entender con lo anterior que, aunque exportar subproductos de coco a la Unión Europea es algo relativamente nuevo para el país y los productores de los mismos, Costa Rica se ha acostumbrado a diversificar los productos que ofrece, por lo cual estos pueden incluirse en la propuesta nacional para intentar atraer a los diferentes compradores dentro de este mercado; lo cual, de funcionar de manera exitosa, puede traducirse en ventajas que podrán ser aprovechadas a un largo plazo.

Lo anterior se puede ejemplificar si se toma en cuenta que al posicionar este tipo de bienes dentro del mercado europeo se le estará demostrando la calidad de la producción costarricense a los países que participan dentro de este; lo cual puede producir un aumento en la credibilidad que estos tengan con respecto a los productos ticos; haciendo que negociaciones futuras en materias de este tipo no experimenten ningún tipo de traba y facilitando el comercio entre ambos sectores.

Categoría 4: Relación Comercial CR-UE

Descripción

Esta categoría busca destacar la percepción que se tiene en cuanto a la relación comercial entre Costa Rica y la Unión Europea en cuanto a las exportaciones de subproductos de coco. En términos generales, se puede decir que esta puede ser desconocida para algunos o comparada con la apertura comercial que existe entre ambas regiones, independientemente del producto. Esto lo evidencian las siguientes frases:

“No tengo claro esa relación comercial.” (Entrevistado 1)

“En general hay apertura comercial entre CR y UE. Coco no es la excepción.” (Entrevistado 2)

“No tengo referencia” (Entrevistado 3)

“Desconozco” (Entrevistado 4)

“Nosotros no tenemos ningún posicionamiento de coco, pipa o subproductos en Europa, sin embargo, en temas de calidad de producción si tenemos todas las ventajas competitivas para poder llegar a hacerlo” (Entrevistado 6)

Análisis

Se logra entender al evaluar la información anterior, que mayormente existe un conocimiento de que Costa Rica, a pesar de no haber incursionado en el mercado europeo en cuanto a la exportación de subproductos de coco; el país ha establecido anteriormente un contacto con naciones de la Unión Europea, lo cual permite determinar que existe actualmente una relación entre estos, la cual puede facilitar las negociaciones de los productores con posibles importadores en esta área.

Coll (2020) se refiere a esto como aquellas actividades productivas que se dan entre dos o más agentes económicos, por lo que se puede decir que el utilizar como ventaja la calidad de los bienes derivados del coco para conseguir establecerse como principales exportadores de estos dentro de esta región, significaría un fortalecimiento de los lazos actualmente existentes, haciendo que los mercados de este territorio se interesen aún más por las producciones ticas, y que esto represente una oportunidad de atraer más inversión y demanda de estos, lo cual lleve a beneficios a nivel comercial y económico.

Categoría 5: Dificultades para competir en el mercado

Descripción

Dentro de esta categoría es posible identificar ciertos aspectos que ponen al país en desventaja en cuanto, a la comercialización de subproductos de coco a la Unión Europea, los cuales se pueden interponer en el posicionamiento que se desea para este tipo de bienes. Esto puede verse reflejado al observar las respuestas obtenidas.

“En temas de productos agrícolas considero que los productos que tienen valor agregado son los que nos pueden posicionar, debido a que nosotros no podemos competir con productos agrícolas como por ejemplo los precios de Tailandia que son ridículamente bajos, y nosotros no tenemos esos volúmenes.” (Entrevistado 6)

“No existe forma de competir el consumo interno es muy alto” (Entrevistado 4)

“lo que nos hace falta es inversión para darle valor agregado a esos productos y que no den valor agregado en otros países” (Entrevistado 7)

Análisis

La información anterior demuestra que los productores nacionales pueden verse afectados por diferentes factores al intentar posicionarse dentro del mercado europeo, entre los cuales se pueden destacar que lleguen a verse perjudicados por la magnitud de una eventual demanda, ya que los volúmenes que se manejan a nivel local son más bajos que los de otras naciones; así como la competencia que puede existir a nivel de precios e inversión, tomando en consideración los que presenta Costa Rica actualmente en comparación a otros territorios.

Según Pérez y Merino (2021) este concepto se refiere a un problema que surge cuando una persona intenta lograr algo. Lo anterior representa para los exportadores la necesidad de formular una estrategia que les permita enfrentarse a estos desafíos con el fin de no caer ante la competencia y lograr establecer relaciones comerciales con la Unión Europea. En relación con lo anterior, se puede señalar como uno de los principales objetivos el orientar la oferta hacia bienes diferenciados que tengan valor agregado, de forma que se consiga poder llevar a buen término las negociaciones con los países de este territorio.

Interpretación de Datos

Los datos presentados permiten comprender que, Costa Rica presenta una logística organizada que le permite a los productores contar con una buena gestión de exportaciones, y que, además, como país se logra competir y posicionarse como una de las mejores naciones de Latinoamérica. Sin embargo, para lograr un nivel superior y poder enfrentarse a potencias mundiales se debe trabajar en mejorar las condiciones en cuestión de infraestructura, transportistas, contenedores y servicios marítimos, así como en las altas tarifas a las que se exponen los exportadores.

En contraste, puede destacarse que, a pesar de esas limitaciones, Costa Rica se ha logrado posicionar ante los mercados internacionales por medio de la exportación de frutas; y que además ha conseguido establecer relaciones comerciales con la Unión Europea al posicionar otro tipo de bienes, lo cual, indica la existencia de un lazo importante que puede beneficiar a los productores nacionales a la hora de intentar establecer negociaciones para vender subproductos de coco a países de esta región.

Otro de los puntos favorables para los exportadores nacionales que se resaltan dentro de la presente investigación es que, en materia de conocimiento, estos tienen como ventaja el poder contar con empresas que les brindan acompañamiento por medio de capacitaciones, como es el caso de PROCOMER; ya que, con eso, estos pueden conocer de antemano los procedimientos que deben concretar para poder posicionarse en el mercado de forma óptima y eficaz, sin importar si son experimentados o recién comienzan a dedicarse a este tipo de actividad.

Es importante también que dentro de este tipo de guía que es ofrecida por esta entidad, se contemple el brindar charlas específicas según el tipo de producto, sabiendo que debido a la clasificación arancelaria, un bien derivado del coco puede conllevar implicaciones y procesos distintos a otros provenientes de la misma fruta; por lo cual, es necesario que los exportadores nacionales cuenten con la mejor preparación posible en cuanto a estas diferencias para poder comercializar sus mercancías de forma óptima y correcta.

Por otra parte, aún con este antecedente, a nivel interno debe trabajarse en diversas reformas que contribuyan con los exportadores nacionales para que estos puedan establecer sus bienes en estas zonas, principalmente en términos de financiamiento; en los cuales estos se ven afectados debido a los altos costos que presenta colocar una empresa y poder comercializar sus productos, además de la necesidad latente de contar con maquinaria especializada que permita ofrecer productos de la mejor calidad posible para llamar la atención del mercado al que se desea llegar.

Otro aspecto importante es la simplificación de procesos para la obtención de permisos de exportación; la cual puede lograrse al utilizar recursos como la internet para la creación de plataformas que permitan tramitar este tipo de documentos de forma sencilla y rápida. Es importante poder contar con este tipo de sistemas para agilizar este tipo de procedimientos, de modo que los productores nacionales puedan ofertar y vender sus productos antes que la competencia atraiga la atención de los países a los que se busca ingresar.

En cuanto a acciones que le competen meramente al exportador, se refleja que estos tienen la tarea de diligenciar certificaciones de prestigio internacional que, si bien no son obligatorias, pueden contribuir a atraer a los mercados externos hacia el consumo de sus

productos. Por otra parte, al posicionarse en la Unión Europea, adquieren el compromiso de velar por el cumplimiento de los volúmenes de producción, entendiendo que la demanda de sus bienes puede crecer exponencialmente en comparación con la nacional, y comprendiendo la competencia que existe a nivel de precios e inversión en comparación con otros países.

Al tomar en cuenta que el interés de las naciones de la Unión Europea podría decaer en razón de los otros territorios alternativos con los que estas pueden comercializar dentro del mercado, o incluso ante un eventual fallo al intentar cubrir la demanda que estos presenten; se requerirá del productor costarricense la formulación de una estrategia que oriente la oferta hacia bienes que tengan un valor agregado, la cual evite la pérdida de los lazos comerciales que se adquirieran al exportar subproductos de coco.

Una vez que se haya, cumplido con las responsabilidades pertenecientes al exportador, formulado una estrategia y mejoras para enfrentar las limitaciones y establecido una oferta concisa ante el mercado europeo que permita formar relaciones comerciales y vender productos nacionales; el país se vería beneficiado al poder utilizar este recurso como una medida para la generación de empleos, la reactivación económica y la atracción de inversión extranjera, lo cual permite solventar necesidades en cuanto a la situación financiera actual.

Por otra parte, a nivel comercial, el éxito que se obtenga de las negociaciones con la Unión Europea pueden contribuir a proporcionarle a Costa Rica una identidad en la que se le reconozca como un país que presenta calidad en su producción, estableciendo una confianza importante hacia la producción tica, lo cual, puede traducirse en mayor oportunidades para insertarse en esta región por medio de bienes derivados del coco, tanto en aquellos lugares donde ya se han formado lazos, como otros territorios a los que se desee llegar; en donde aún no se hayan producido acercamientos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se concluye al finalizar este trabajo que Costa Rica posee una logística bien organizada que puede ayudarle a competir con los países centroamericanos; sin embargo,

debe de trabajarse para que sea mejor que la de otras naciones más desarrolladas a nivel mundial.

De igual forma, se define que para poder atraer compradores provenientes de la Unión Europea; es necesario que los exportadores nacionales cumplan con los volúmenes de producción que les demande este mercado.

Igualmente se comprende que los productores deben de garantizar que los bienes que deseen comercializar cumplan con los debidos estándares de calidad para lograr un mejor posicionamiento, lo cual; no solo representa un desafío para ellos, sino que también contribuye en la formación de lazos comerciales.

Se logra entender también que es necesario que los procedimientos a seguir no representen un costo muy alto para los costarricense que se dedican a este tipo de actividad; esto para que puedan negociar con compradores con precios competitivos y tiempos de tránsito y demás aspectos logísticos acordes a lo ofrecido por el mercado internacional.

En adición, se identifica como el acceso a Internet y la posibilidad de utilizar esta herramienta para gestionar procesos por medio de trámites virtuales representa una facilitación y agilización del comercio para los empresarios costarricenses.

Asimismo, se determina la importancia que tiene para el mercado meta que se le presenten productos de calidad; por lo que es vital que los bienes costarricenses que se desean ofertar cuenten con certificaciones como Global Gap, BRC, IFS, Iso 22000, las cuales evidencien esta característica.

Al mismo tiempo se concluye que los productores nacionales encuentran un gran valor en los programas facilitados por entidades como PROCOMER, las cuales les brindan un apoyo importante para poder capacitarse en materia de comercio exterior y exportaciones.

De igual manera, se logra determinar que al establecer modelos gubernamentales en los que se consolide la producción de bienes derivados del coco, tanto para empresas públicas puede generar una oferta exportable más sólida que resulte más atractiva.

Se comprende también que, para posicionar productos y empresas dedicadas a este tipo de actividad, existen procesos que los exportadores costarricenses no son capaces de

financiar por sí solos, por lo cual, requieren apoyo por parte del Estado; así como para poder llevar a cabo proyectos que beneficien a la población.

Se logra interpretar de igual forma que al ser una gama nueva de productos la que se intenta posicionar, es necesario que las entidades competentes en materia de comercio trabajen en capacitaciones específicas que definan la logística que conllevan, para así facilitar el proceso a quienes desean exportar este tipo de bienes.

En materia de permisos, se concluye que estos pueden variar según el tipo de subproducto que se desee comercializar, por lo que es importante que los productores se familiaricen con la clasificación de este y los requisitos que deben cumplir.

De igual forma, se interpreta que el poder obtener el registro de exportador emitido por PROCOMER de manera rápida beneficia a quienes desean comercializar sus productos, y contribuye a la competitividad del país.

En contraste con lo anterior, al querer posicionarse en un mercado preocupado por la calidad de lo que adquieren, es necesario solicitar con antelación certificaciones de prestigio internacional como Global Gap, Iso 22000, BRC, IFS y/o AIB; para evitar retrasos y poder llevar las negociaciones a buen término.

Por otra parte, es necesario que el Servicio Fitosanitario del Estado realice modificaciones en su procedimiento para la emisión de permisos para comercializar productos agrícolas y alimenticios de modo que los productores nacionales puedan obtenerlos de manera rápida.

Se concluye también que es de gran importancia para el país que no se presenten obstáculos en este tipo de trámites para poder evitar retrasos en las negociaciones que causen pérdidas de potenciales clientes.

En adición, se logra entender que para lograr mejoras en cuanto a la logística costarricense; es necesario que se dediquen recursos a la eliminación de las barreras no arancelarias existentes y a la optimización de la infraestructura portuaria actual.

Se destaca que Costa Rica ha obtenido un gran posicionamiento en el mercado internacional a base de productos agrícolas, por lo que se puede definir que su alta credibilidad actual puede facilitar la inserción de bienes derivados del coco.

En relación con lo anterior, el diversificar la oferta exportable al incluir este tipo de mercancías; y garantizar la calidad de las mismas, permitirá fortalecer la confianza que los países miembros de la UE tienen en Costa Rica, lo cual puede expandir las relaciones existentes.

De igual forma, se debe señalar que, de permitir nuevos lazos comerciales, el exportar estos subproductos del coco a la Unión Europea contribuiría a mitigar el impacto de problemáticas actuales como el desempleo, y favorecer a la reactivación económica.

Todo lo anterior permite concluir que es necesario realizar reformas en la obtención de permisos fitosanitarios utilizando la tecnología como ventaja, optimizar los procesos y la infraestructura actual para ofrecer mejores condiciones a los exportadores.

Igualmente, es necesario que a nivel estatal se creen políticas de apoyo financiero a los productores nacionales para evitar trabas en sus proyectos y poder comercializar sus bienes de forma óptima y sin complicaciones.

Conjuntamente, se logra comprender que los subproductos de coco, según el tipo que sean; pueden ser transportados por medio de aire, mar o tierra, posterior al estudio de las condiciones climáticas y físicas que se presenten en el momento; en envases cerrados al vacío, a temperaturas entre los 4 °C a los 30 °C y embalados en plástico, cartón o vidrio, en contenedores hipobáricos o frigoríficos; dando así respuesta a la pregunta de investigación.

Recomendaciones

Se le recomienda al Ministerio de Comercio Exterior, la formación de proyectos de ley que busquen integrar a los productos derivados del coco a la oferta exportable nacional para favorecer a los productores.

Por otra parte, se sugiere al Estado trabajar en conjunto con los bancos del país para buscar soluciones a las altas tasas de intereses que le ofrecen a quienes desean comercializar sus bienes, para poder disminuirlas de modo que todas las partes se vean beneficiadas; y que estas no representen una barrera en el desarrollo de este tipo de iniciativas.

De igual forma, se aconseja a los empresarios que recién se incursionan en esta actividad económica, buscar asesoría de instituciones como PROCOMER, CADEXCO, IICA, CRECEX, entre otras; para poder ampliar sus conocimientos en cuanto a los procesos y requisitos para ingresar al mercado.

Asimismo, se insta a los productores nacionales a invertir en maquinaria especializada, según su capacidad financiera para proporcionar el mejor tratamiento a sus bienes, y garantizar la calidad de estos.

Se le recomienda al Servicio Fitosanitario del Estado a digitalizar el proceso para obtener los permisos de exportación referentes a la industria alimenticia, para rebajar el volumen de trabajo y optimizar las posibilidades de formar lazos comerciales al acortar los tiempos de espera que se experimentan en la tramitación de los mismos.

Se invita también a las entidades educativas como CTPs, colegios vocacionales y universidades a desarrollar proyectos y temáticas dentro de líneas de investigación que señalen la importancia de este tipo de bienes, así como de los procesos y requisitos para exportarlos, a fin de preparar a sus estudiantes para potenciales experiencias laborales y personales de esta índole.

Conjuntamente, se les aconseja a las autoridades del país buscar financiamiento para la construcción de un nuevo puerto y/o la remodelación de AMP Terminals y Caldera para aumentar la capacidad de estos y contribuir a las mejoras en logística.

Se le insta al PROCOMER a mejorar las vías de acceso a sus capacitaciones en materia de exportación de subproductos de coco, para que ayuden a viejos y nuevos productores a calibrar sus conocimientos para conseguir que todos tengan las mismas oportunidades de adentrarse como exportador en la región de la Unión Europea.

Al mismo tiempo se les invita a hacer uso de sus redes sociales para transmitir por medio de publicaciones e historias, los beneficios que trae para el Costa Rica poder negociar con países de este territorio en materia de bienes derivados del coco, esto con el fin de motivar a los costarricenses a buscar acercamientos comerciales.

De igual manera, se les insta a visitar las zonas rurales del país donde se pueda desarrollar este tipo de actividad para realizar charlas acerca de la importancia de estos

productos, para incentivar la creación de PYMES que se inserten en este mercado al aprovechar sus recursos naturales.

Se invita a los noticieros nacionales a publicar artículos informativos que busquen educar a la población acerca de los beneficios que un negocio de esta índole pueda traer al país, para generar un interés popular que inste a los entes gubernamentales a apoyar estas iniciativas.

De lo anterior, se les recomienda a los productores nacionales a realizar estudios de mercado regularmente para identificar cualquier cambio en la demanda que presenten los países de la Unión Europea, con el fin de estar preparados ante una necesidad eventual de diversificar la oferta en materia de bienes derivados del coco.

Por otra parte, se les sugiere a las entidades como PROCOMER y el SFE estandarizar la logística para la tramitación de permisos, de manera que los exportadores puedan obtenerlos en un mismo espacio de tiempo y que esto agilice los procesos de exportación.

Además, se les recomienda a los futuros investigadores a familiarizarse con los hábitos de consumo y la demanda creciente del mercado meta con el fin de direccionar a los exportadores nacionales y entidades pertinentes en materia de comercio a ofertar bienes que satisfagan las necesidades de consumo presentes.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

El siguiente capítulo pretende presentar un estudio de mercado con objetivos establecidos en relación con el posicionamiento y la exportación de subproductos de coco a la Unión Europea, con el cual se podrán analizar las principales características de este mercado y las preferencias de consumo que se pueden observar de los habitantes de estas regiones; con el fin de determinar las oportunidades de negocio que deben aprovechar los exportadores costarricenses para poder establecer relaciones comerciales en estos territorios.

Objetivos

Objetivo general

Comprender la composición del mercado de la Unión Europea y analizar el posible intercambio comercial de subproductos de coco entre Costa Rica y los países de esta región.

Objetivos específicos

Determinar el entorno sociodemográfico, económico y comercial de la UE

Explicar las tendencias de consumo de los habitantes de la UE

Identificar la oferta con mayor potencial para comercializar con los países de la UE

Estudio de Mercado

Resumen Ejecutivo

La población de la Unión Europea se demarca mayoritariamente por habitantes de edades entre los 20 a 64 años, distribuidos a lo largo de 27 países en esta región. Económicamente se refleja en este territorio la presencia de actividades en los sectores primario, secundario y terciario, además de la atracción de Inversión Extranjera Directa, principalmente proveniente de Estados Unidos, Suiza, Japón y Canadá, además de otros centros financieros extraterritoriales.

Actualmente, la Unión Europea y Costa Rica presentan una relación establecida, que se refleja en el intercambio comercial que se genera entre estos, en el cual, la nación tica

destaca como el principal socio a nivel de Centroamérica. En lo referente a las negociaciones de subproductos de coco, los exportadores nacionales pueden encontrar un mercado abierto a la adquisición de estos debido a que en los últimos años se ha reflejado una tendencia al consumo de productos frescos, saludables, y de origen natural.

Por otra parte, se destaca una ventaja en la comercialización de producción, principalmente en cuanto al transporte, teniendo en consideración la extensión de terreno que envuelve la Unión Europea, y la facilidad que representa el trasladar mercancías dentro de este territorio al poder contar con una conexión en la infraestructura terrestre y ferroviaria; conjuntamente con la existencia de diferentes redes marítimas y aéreas con las que se pueden movilizar cargas de forma efectiva y sin complicaciones.

Principales Hallazgos

Demografía, Sociedad y Producción Económica.

La Unión Europea se encuentra compuesta por 27 Estados miembros, los cuales cubren una superficie de 4.14 M de km² y representan un total de 447.80 M de habitantes; en donde la densidad es de 109 habitantes por km², siendo en su mayoría mujeres. Además, se presenta una distribución de la población en la que predominan aquellos entre los 20 a 64, tanto para zonas rurales como urbanas

En cuanto, al perfil, a lo largo de la UE se hablan 23 idiomas, la mayoría de habitantes es católica, en pocos países hay más de una de cada cinco personas en estado de pobreza, y la tasa de desempleo es de 16,6% en mujeres y de 6,1% en hombres. Por otra parte, existe una esperanza de vida de más de 78 años, con un crecimiento del 4%, y con una tasa de fertilidad de más de 1,13 hijos por mujer.

Economía.

Las actividades económicas más resaltadas de esta región son: agricultura, pesca, ganadería, sector industrial, sector de construcción, y servicios de alojamiento, alimentación, cuidado residencial, salud humana, actividades legales y contables, empleo en administración y soporte, comercio al por menor y servicios de consultoría, programación e información tecnológica.

La UE recibe aproximadamente 3.8 millones de euros en inversión extranjera directa, mientras que invierte 4.9 millones de euros.

La UE posee una infraestructura comercial en la que se conectan carreteras, autopistas y la red ferroviaria, lo cual facilitan el desarrollo económico y la competitividad de este territorio.

Consumo en la UE.

Las tendencias de consumo de la UE están actualmente orientadas hacia la comida casera, productos frescos, naturales y saludables; así como el gusto por conocer la historia detrás de los productos y las marcas.

Los productos pueden distribuirse principalmente por medio de los importadores, comercios mayoristas y minoristas, y agentes comerciales.

Intercambio Comercial de la UE.

Los países dentro de la Unión Europea establecen mayores intercambios comerciales con regiones como Alemania, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Italia, China y Países Bajos. Por otro lado, Costa Rica es el mayor socio comercial de la UE en Centroamérica.

Análisis Logístico Costa Rica-UE

A razón del índice de desempeño logístico, se comprende que los países pertenecientes a la Unión Europea cuentan con mejores condiciones logísticas para la importación de materias, en comparación con Costa Rica.

Demografía, Sociedad y Producción Económica

Territorio y Superficie.

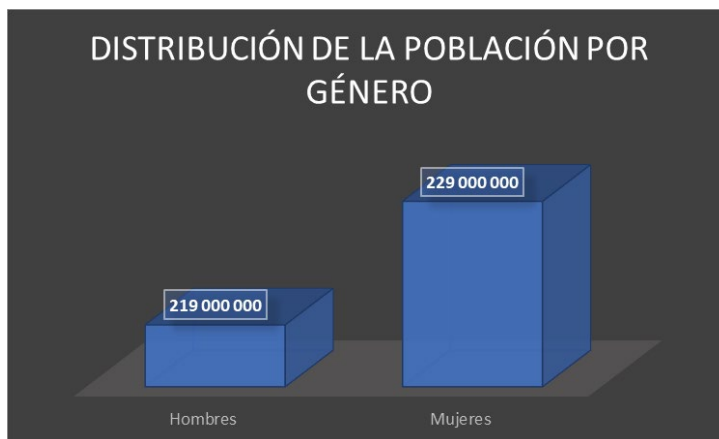
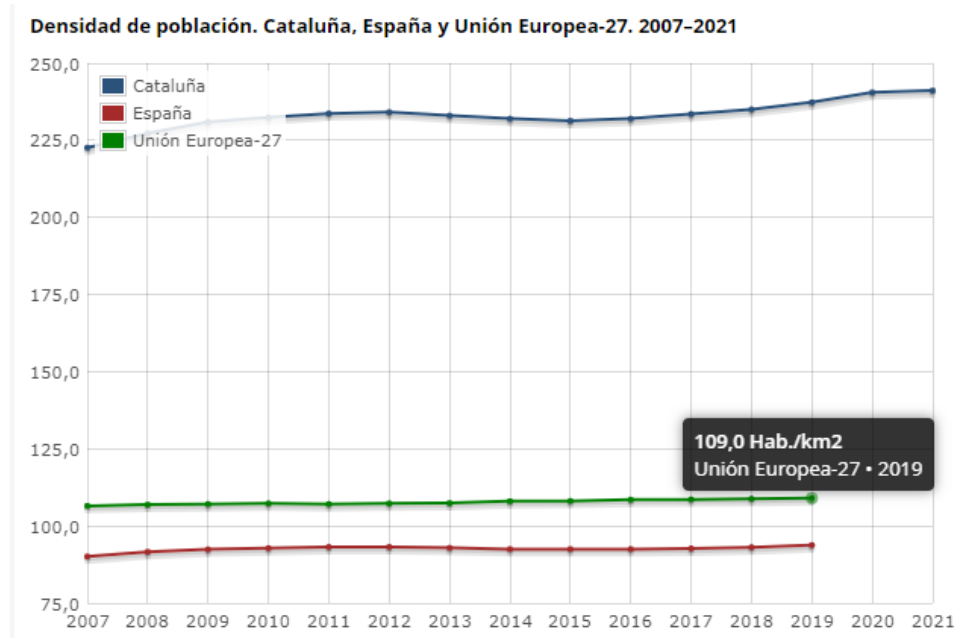
La Unión Europea se encuentra compuesta por 27 Estados miembros, los cuales cubren una superficie de 4.14 M de km². Estos son: Alemania, Bélgica, Croacia, Dinamarca, España, Francia, Irlanda, Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Suecia, Bulgaria, Eslovaquia, Estonia, Grecia, Malta, Polonia, República Checa, Austria, Chipre, Eslovenia, Finlandia, Hungría, Italia, Lituania, Portugal y Rumanía.

Población.

Alrededor de todos estos territorios se contabilizan un total de 447.80 M de habitantes.

Densidad de Población.

Ilustración 2. Densidad de Población. Idescat (2021)



Distribución Poblacional.

Gráfico 7. Distribución de la población por género. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).

Ilustración 3. Distribución por región y por grupos de edad. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).

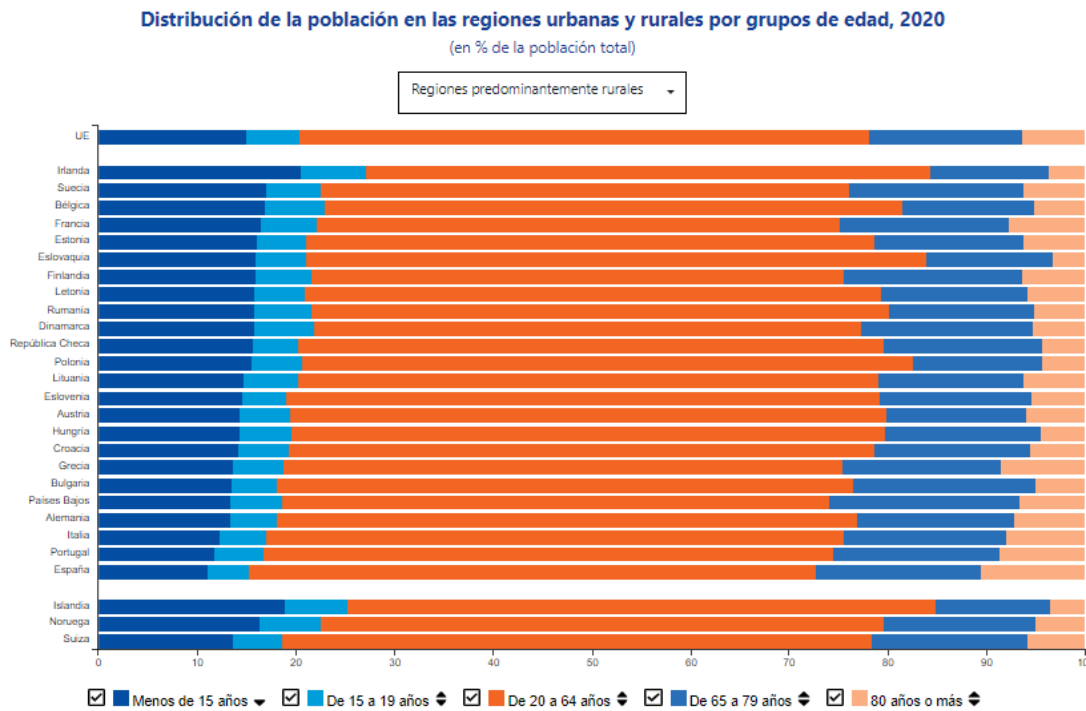
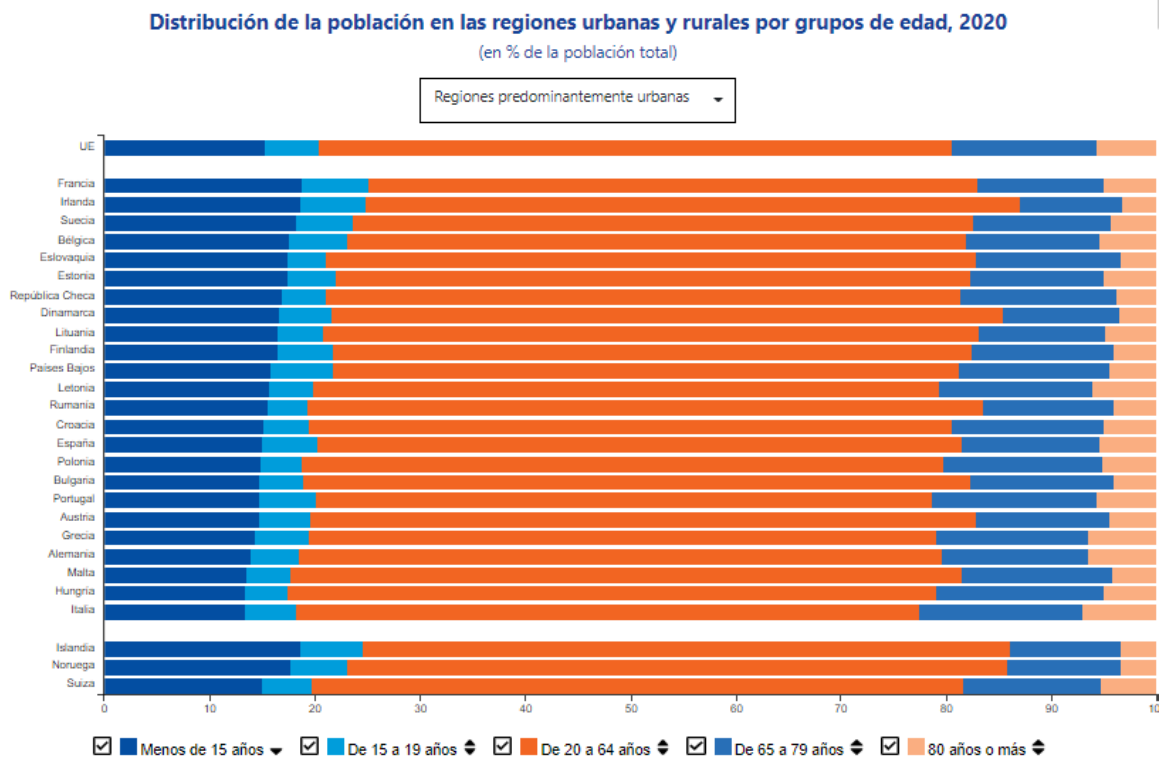


Ilustración 4. Instituto Nacional de Estadística de España (2021).



Perfil del Habitante.

Ilustración 5. Perfil del habitante de la UE. Gonzalez, G. (2022)

Perfil del habitante de la UE	
Idiomas	Alemán, Búlgaro, Checo, Croata, Danés, Eslovaco, Esloveno, Español, Estonio, Finés, Francés, Griego, Húngaro, Inglés, Irlandés, Italiano, Letón, Lituano, Maltés, Neerlandés, Polaco, Portugués, Rumano y Sueco.
Religión	Católicos un 55%, protestantes un 20%, anglicanos un 10%, ortodoxos 3% y musulmanes un 2,5%
Tasa de Pobreza	Sólo en siete países hay más de una de cada cinco personas en estado de pobreza: Rumanía (23,8%), Letonia (22,9%), Bulgaria (22,6%), Estonia (21,7%), España (20,7%), Lituania (20,6%) e Italia (20,3%).
Tasa de Desempleo	En diciembre de 2021, la tasa de desempleo era del 6,6 % en mujeres y de 6,1 % en hombres.
Crecimiento de la población	Durante el periodo de 2001 a 2020, la población de la UE (UE27) aumentó de 429 millones a 447 millones, lo que supone un crecimiento del 4 %
Esperanza de Vida	78.4 años en hombres y 83.8 años en mujeres
Tasa de Fertilidad	En 2019, Francia fue el país con mayor tasa de fertilidad de la Unión Europea, con 1,9 nacimientos de media por mujer. España y Malta, por su parte, se situaron en último lugar, con 1,23 y 1,14 hijos por mujer, respectivamente.

Economía

Sectores claves.

Ilustración 6. Actividades económicas por sector. Gonzalez, G. (2022)

Sector	Actividades económicas
Primario	Agricultura: Predomina el cultivo de cereales, patatas y remolacha Pesca: Es una actividad importante para este sector Ganadería: En la UE, el sector ganadero desempeña una importante función económica y social. Principalmente de ganado bovino, ovino y porcino
Secundario	El sector industrial y de la construcción supone para la Unión Europea un 28% de su Producto Interior Bruto (PIB). Además, la industria es la responsable del 80% de las exportaciones europeas. En cuanto a manufactura, las autoridades europeas están realizando esfuerzos para el crecimiento del sector.
Terciario	Las actividades del sector servicios que mas destacan son servicios de alojamiento y alimentación , actividades de cuidado residencial , actividades de salud humana , actividades legales y contables , actividades de empleo en servicios de administración y soporte , comercio al por menor , así como actividades de servicio de consultoría, programación e información tecnológicas.

Negocios.

Gráfico 8. *Doing Business Ranking*. Gonzalez, G. (2022). Fuente: Base de datos de *Doing Business*.



Requisitos para iniciar un negocio en la UE.

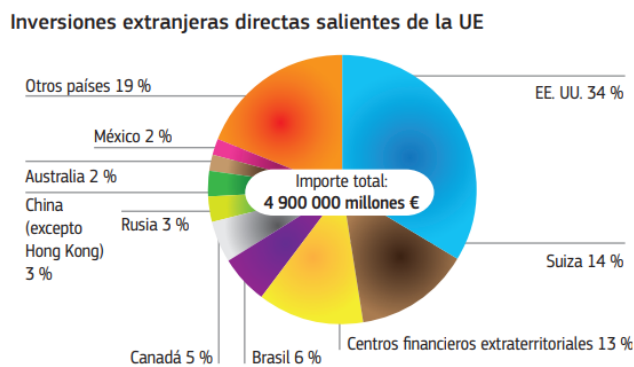
Según el país, estos requisitos pueden variar, pero principalmente la UE busca que se cumplan los siguientes objetivos:

- Que el tiempo necesario no supere los tres días laborables.
- Que el coste sea inferior a 100 euros.
- Que los trámites se puedan hacer a través de un único organismo administrativo.
- Que sea posible completar la inscripción por internet.

Inversión.

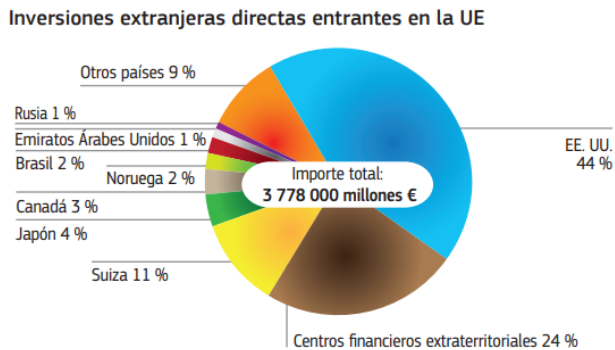
Inversión Extranjera Directa Saliente de la UE.

Ilustración 7. *Oficina de Publicaciones de la Unión (2016)*



Inversión Extranjera Directa Entrante en la UE.

Ilustración 8. Oficina de Publicaciones de la Unión (2016)



Infraestructura Comercial.

Terrestre.

En la UE existe una conexión de carreteras, autopistas y red ferroviaria, las cuales facilitan el desarrollo económico y la competitividad de este territorio. De igual forma existe una Red Transeuropea de Ferrocarril, en la que se unen la red convencional y la de Alta Velocidad. Esta última compuesta por Alta Velocidad en España (AVE), Eurostar en Italia e Inter City Express (ICE) en Alemania.

Aérea.

Otro de los métodos de transporte por los cuales apuesta la UE, teniendo un total de 3,294 aeropuertos; entre los que destacan principalmente el Heathrow de Londres; siendo este el más transitado, el Charles de Gaulle de París y el Aeropuerto de Frankfurt.

Marítima.

En la UE, las vías marítimas alcanzan 44,103 kilómetros, por donde se han movilizado más de 3,641 millones de toneladas de mercancías. El principal y más importante puerto de esta zona es el Rotterdam, en Países Bajos. En este se manejan alrededor de 470 millones de toneladas de carga anualmente.

Consumo en la UE

Tendencias del Consumidor.

Productos Frescos.

Debido a diferentes shows y blogs culinarios se ha producido un mayor interés en la comida casera y demanda de productos frescos y de otros ingredientes.

Snacks o Meriendas.

Por otro lado, también se ha producido un crecimiento en la demanda de snacks saludables, principalmente para sobrellevar largas horas de tráfico.

Millenials.

Esta generación también marca una tendencia en el consumo, destacados por ser ávidos de tecnología, menos leales a las marcas y con un gusto por conocer la historia detrás de los productos y las marcas.

Grasas.

Otro hábito de la población europea es la adquisición de grasas y carbohidratos buenos, principalmente en aceites y grasas naturales.

Canales de Distribución.

Ilustración 9. Canales de Distribución Gonzalez, G. (2022)

Canales de Distribución de la UE	
Primer Nivel	Importadores, mayoristas, agentes comerciales
Segundo Nivel	Centrales de Compra del comercio minorista, compradores directos
Tercer Nivel	Comercio Minorista tradicional

Intercambio Comercial de la UE

Exportaciones de la UE.

Para el 2019, los productos con mayor porcentaje de exportación fueron: medicamentos que contienen hormonas o esteroides, aceites de petróleo, destilados bituminoso, excepto crudo, antisueros y demás fracciones de sangre y productos inmunológicos modificados, vehículos con cilindrada superior a 1500 pero no superior a 3000 cm³, y aparatos emisores con aparato receptor incorporado, de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión.

Importaciones de la UE.

En cuanto a las importaciones, los productos con mayor participación fueron: aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, medicamentos que contienen hormonas o esteroides, aparatos emisores con aparato receptor incorporado, de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión, aceites de petróleo, destilados bituminoso, excepto crudo y antiseros y demás fracciones de sangre y productos inmunológicos modificados.

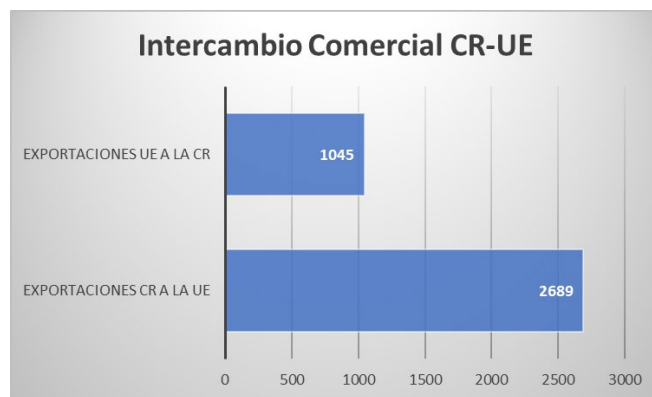
Principales Socios Comerciales.

Las exportaciones de la UE tienen como principales destinos a Alemania, Estados Unidos, Francia, Reino Unido e Italia; mientras que las importaciones provienen mayormente de Alemania, China, Países Bajos, Francia e Italia.

Intercambio Comercial entre CR y la UE.

Dentro de Centroamérica, Costa Rica es el principal socio comercial de la Unión Europea, representando un 40% del intercambio que se produce.

Gráfico 9. Intercambio Comercial CR-UE.



Análisis Logístico Costa Rica-UE

Índice de Desempeño logístico.

Región	País	Eficiencia del despacho aduanero	Calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte	Plazo (días) de entrega de las importaciones	Calidad de los servicios logísticos	Facilidad para localizar y hacer seguimiento a los envíos	Frecuencia de arribo de embarques dentro del plazo previsto
UE	Alemania	4.09	4.38	3.83	4.26	4.22	4.40
UE	Austria	3.71	4.07	3.78	4.04	4.13	4.22
UE	Bélgica	3.74	4.03	3.97	4.10	4.11	4.40
UE	Chipre	3.04	2.94	3.04	2.93	2.98	3.62
UE	República Checa	3.34	3.38	3.65	3.65	3.68	3.98
UE	Croacia	3.01	3.02	2.99	3.10	3.08	3.51
UE	Dinamarca	3.88	3.89	3.59	3.98	3.94	4.26
UE	Eslovenia	3.21	3.25	3.16	3.17	3.30	3.65
UE	España	3.57	3.79	3.72	3.78	3.78	4.04
UE	Estonia	3.32	3.10	3.26	3.15	3.21	3.80
UE	Finlandia	3.89	3.95	3.56	3.88	4.10	4.17
UE	Francia	3.63	4.00	3.60	3.82	3.99	4.17
UE	Grecia	2.84	3.17	3.30	3.06	3.18	3.66
UE	Hungría	3.18	3.31	3.29	3.27	3.61	3.82
UE	Irlanda	3.45	3.50	3.53	3.69	3.79	3.85
UE	Italia	3.44	3.82	3.55	3.68	3.84	4.09
UE	Letonia	2.93	3.03	2.97	2.92	3.06	3.25
UE	Lituania	3.02	3.00	3.03	3.10	3.25	3.78
UE	Luxemburgo	3.67	3.84	3.68	3.83	3.78	4.27
UE	Países Bajos	3.97	4.23	3.76	4.12	4.08	4.30
UE	Polonia	3.26	3.17	3.57	3.49	3.49	3.94
UE	Portugal	3.17	3.25	3.83	3.71	3.72	4.13
UE	Rumania	2.73	2.86	3.15	3.01	3.19	3.61
UE	Suecia	3.95	4.22	3.88	4.04	4.02	4.32
C.A	Costa Rica	2.50	2.45	2.79	2.67	2.88	3.09

En todos los rubros se demuestra que los países pertenecientes a la Unión Europea cuentan con mejores condiciones logísticas para la importación de materias, en comparación con Costa Rica.

Recomendaciones

Los exportadores costarricenses pueden aprovechar la tendencia al consumo de productos saludables que se presenta en este mercado para comercializar sus bienes en forma de snacks, productos frescos, e incluso aceites.

Se puede sacar provecho de las conexiones que existen a nivel de carreteras, autopistas y vías de ferrocarril para insertar la producción nacional en más de un país del territorio de la UE.

Por otra parte, en cuanto al mercadeo, es importante que los exportadores nacionales busquen publicitar su marca y la historia de esta, así como de sus productos para captar al público “millemlial”, quienes presentan la necesidad de conocer esta información.

De no contar con alianzas comerciales previas que permitan posicionar sus bienes en territorio europeo, se recomienda a los exportadores establecer negociaciones con comercios mayoristas y minoristas, así como agentes comerciales.

REFERENCIAS

- Acero, J., Aguilera, A., García, M. y María, A. (2018). Oportunidades de una Centroamérica Urbana. Grupo Banco Mundial.
- Alonso, L., Fernández, C. e Ibañez, R. (2020). Estudios sociales sobre el consumo. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Alvarado, G. (2015). Comercio Internacional. Grupo Editorial Éxodo.
- Arciniegas, J. (2018). Comercio Internacional para Latinoamérica. Ecoe Ediciones.
- Arenal, C. (2019). Información y Gestión Operativa de la Compraventa Internacional. Tutor Formación.
- Benito-Fernández, T. (2017). Transporte Internacional. Palibrio
- Cabrera, A. (2020). Manual de Uso de las reglas Incoterms 2020. Marge Books.
- Centro de Comercio Internacional. (2013). Gestión de la Calidad de Exportación: Guía para Pequeños y Medianos Exportadores. Physikalisch-Technische Bundesanstalt.
- Coll, P. (2020). Manual de Gestión Aduanera. Marge Books.
- Consejo de Alto Nivel de los ODS, Comité Directivo y Equipo de Naciones Unidas en Costa Rica. (2017). Costa Rica: Construyendo una visión compartida del desarrollo sostenible.
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013). Negocios internacionales : ambientes y operaciones. Pearson.
- Estay, S. (2021). Bases ecológicas para el manejo de plagas. Ediciones UC.
- Fernández-Figares, M. (2018). Yo no soy médico: alimentación y hábitos favorables. Ediciones i.
- Fife, B. (2015). El coco cura. Editorial Sirio S.A
- Fol, J. y Pérez, J. (2019). Leyes Aduanales y de Comercio Exterior. Académica 2019. Tax Editores Unidos.

- García, A. (2016). Guía documental para exportar e importar. Marge Books.
- Giménez-Morera, A. y Bonet-Juan, A. (2020). Aplicaciones prácticas de medio de cobro y pago en el comercio internacional. Valencia, Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Insignares, S. y Verbel, I. (2018). Debates de la Cooperación Latinoamericana. Universidad del Norte.
- Jaramillo, F, Gutierrez, P, Torrentes, L y Ruiz-Arranz, M. (2019). BIDeconomics: Esencial Costa Rica: Más próspera, más inclusiva, más sostenible. Inter-American Development Bank.
- Lombana, J. y Martínez, D. (2013). PYMES: Rutas para la Exportación. Barranquilla. Universidad del Norte.
- Mendoza, C. y Paternina-Arboleda, C. (2016). Manual práctico para gestión logística: envase y embalaje, transporte y cadena de frío, preservación de productos del agro. Universidad del Norte.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2012). Acuerdo De Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea: Documento Explicativo.
- Ministerio de Industria, Comercio y Minería de Argentina. (2016). Formas de negociar con culturas europeas. ProCórdoba.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). Directrices para la exportación, el envío, la importación y liberación de agentes de control biológico y otros organismos benéficos.
<https://www.fao.org/publications/card/es/c/7f204e1b-f320-4f49-a354-a82110d84782>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). Requisitos para el establecimiento de áreas libres de plagas.
<https://www.fao.org/3/j5081s/J5081S.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). En La Ayuda Para el Comercio en Síntesis 2015: Reducir los Costos del Comercio Con Miras a un Crecimiento Inclusivo y Sostenible. OECD Publishing.

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. (2016). Guía informativa sobre temas de comercio exterior. Centro de Asesoría para el Comercio Exterior (CACEX)

Povea, I. (2014). La función del envase en la conservación de los alimentos. Ecoe Ediciones.

Rodrigo De Larrucea, J. (2018). Manual del transporte en contenedor. Marge Books.

Rodríguez, M. (2013). Envasado y empaquetado de productos alimenticios. INAD0108. IC Editorial.

Sosa, R. (2013). Documentos, logística de transporte, seguro y embalaje internacional de mercancías. Grupo Vanchri.

Van Den Berghe, E. (2014). Tratados de Libre Comercio: Retos y Oportunidades. Ecoe Ediciones.

APENDICE

Cuestionario

¿Cuáles productos que exporta Costa Rica considera usted que le brindan un mejor posicionamiento ante el mercado europeo?

Dentro de los procesos de exportación de subproductos de coco que conozca ¿cuál considera usted que presenta mayores desafíos para los productores?

¿Cómo considera que los plazos y procesos para obtener los permisos de exportación impactan la competitividad del país en el mercado de subproductos de coco?

¿De qué forma considera usted que la intervención de las autoridades del país en la obtención de permisos para exportar subproductos de coco puede afectar el proceso de exportación?

¿De qué forma considera usted que se puedan simplificar los procesos para que las exportaciones de subproductos de coco sean más atractivas para el mercado europeo?

¿Cuál de los permisos necesarios para la exportación de subproductos de coco considera usted que representa una barrera no arancelaria?

¿Qué beneficios podría traer para el sector de subproductos del coco y al país en general posicionar estos productos en los mercados de la UE?

¿En que considera usted que radica la eficiencia en los procesos de exportación del país?

¿Cómo considera usted que las autoridades podrían apoyar a los productores para que el proceso de exportar subproductos de coco sea exitoso?

¿Cómo definiría las relaciones comerciales de Costa Rica con la UE en la materia de exportación de subproductos de coco?

¿Cómo definiría usted la logística de exportación de Costa Rica en comparación con otros países del mundo?

¿Cuáles efectos considera usted que tendría Costa Rica al establecer mayores relaciones comerciales con países europeos al exportar subproductos de coco?

ANEXOS

Anexo 1.

Como parte de los procesos para llevar subproductos de coco a la Unión Europea; a lo largo del trabajo se han mencionado distintos tipos de certificaciones de prestigio internacional que deben de adquirir los exportadores con el fin de demostrar la calidad de los bienes que se desean exportar, por lo que este anexo busca proporcionar un mayor contexto sobre dichos documentos.

Formato de Certificación Global Gap. El formulario contiene campos para: DESCRIPCIÓN DEL PREDIO, FECHA, PÁGINA 1 DE 1, NOMBRE DE LA FINCA, VEREDA, MUNICIPIO, AREA CULTIVADA, AREA CERTIFICADA, PRODUCTO, CO, CULTIVO DE, LITAJOS, MONTE, COORDENADAS, NOMBRE DE LA PERSONA ENCARGADA DE LAS BRS EN LA FINCA, NOMBRE DE AGUA SITUADA EN LA FINCA, REGO, FONDO HUMANO, ETIQUETA CON LOS NOMBRES, NORTE, SUR, OESTE, OCCIDENTE, REGISTRO A FINCA, FONDO IMPORTANTE, OTRO DE SALUD, POLVA, ENVEROS, OSPOQUE, ESTADOS UNIDOS, CORDOBA, ANTIOQUIA, CRI, Registrado bajo el programa DOLOMILAGRO.

Ilustración 10. Formato de Certificación Global Gap

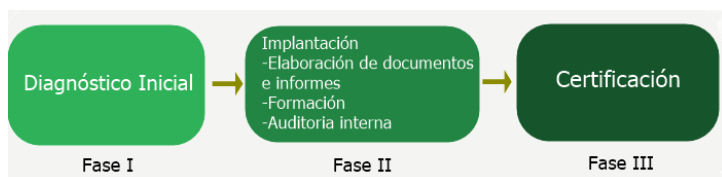


Ilustración 11. Proceso para certificación Global Gap



Ilustración 14. Beneficios de ISO 22000

BRC (British Retail Consortium)

a. Origen y Países usuarios

Las normas BRC se crearon en 1988 en el seno del Consorcio Británico de Minoristas, que representa los intereses del 90% de los distribuidores del Reino Unido. Su objetivo es garantizar la seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena de valor, desde la producción de los alimentos hasta su venta al consumidor final. La certificación BRC se ha convertido en el marco en el cual muchas compañías Ayuda a las compañías a seleccionar y calificar sus proveedores. Distribución del Reino Unido basan sus programas de evaluación de sus proveedores.

Países usuarios:

Reino Unido, Alemania, Francia e Italia

b. Alcance y principales componentes

La Familia de normas BRC

BRC Food Safety: Estándar para fabricantes de productos alimentarios. BRC Food Safety se aplica cuando el producto es "procesado o tratado" o cuando existe peligro de una contaminación del producto durante su primer envasado.

BRC Storage & Distribution: Norma a implantar en compañías de logística y distribuidores de productos alimentarios. También se aplica a productos no alimentarios.

Cubre todas las actividades de logística como la carga, la descarga y el transporte. El estándar es aplicable a cualquier medio de transporte.

BRC Consumer Product: Certificación para fabricantes de productos no alimentarios. Es un estándar cuyas metas son garantizar la seguridad del producto, reducir los costes y asegurar la transparencia con respecto a la totalidad de la cadena de producción de productos no alimentarios como hogar e higiene personal, cosméticos, electrodomésticos, juguetes, mobiliario o textiles.

BRC IOP Food Packaging: Norma para fabricantes de envases y embalajes, tanto alimentario como no alimentario. Es la última y más nueva norma BRC, publicada en octubre de 2012, lo que supone una ventaja de posicionamiento para aquellos que sean los primeros en implantarla y certificar su cumplimiento.

En Resumen

BRC Food Safety: Fabricantes de productos alimentarios.



Ilustración 12. Tipos de Certificaciones BRC



Ilustración 13. Proceso para certificación AIB



Introducción.

El estándar IFS es la herramienta utilizada por los países Europeos de Alemania, Francia e Italia para asegurar la completa inocuidad de los alimentos que se comercializan en su mercado durante toda la cadena de producción al estar en consonancia con la legislación de inocuidad vigente en sus territorios. Este Estándar permite la implementación de una política de calidad así como la de efectuar el Food defense lo que produce que al aplicarla se obtiene la máxima inocuidad en los alimentos comercializados, de la misma forma no se concentra únicamente en el procesamiento del alimento sino que también posee asistencia en la parte de almacenamiento, transporte y distribución evitando así mismo que exista peligro de contaminación en dichas fases asegurando el producto hasta las manos del consumidor. En total actualmente IFS cuenta con 8 estándares diferentes que son: IFS Food, IFS global Markets, IFS Logistic, IFS Bróker, IFS HPC, IFS PAC Secure, IFS Food Store y IFS cash y carry wholesale. El siguiente trabajo se referirá principalmente hacia el IFS Food.

Que es el estándar IFS

La norma IFS (International Featured Standard) es un sistema de seguridad enfocado en los alimentos promovido por la asociación de distribuidores de Alemania, Francia e Italia el cual nació como consecuencia de la necesidad de tener una norma común de calidad alimentaria.

Origen IFS.

Nace en 2003 por iniciativa de Alemania, Italia y Francia para las empresas conocidas como marcas blancas con el fin de asegurar los elevados estándares de calidad de las legislaciones de dichos países, así como facilitar el comercio. Las asociaciones comerciales que la crearon fueron:

- HDE Alemania.
- FCD Francia.
- COOP Italia.



Características de IFS.

- Se enfoca en la industria alimentaria.
- Esta dirigida a las empresas que desee exportar hacia Alemania, Francia, Italia y Holanda.
- Requiere de la participación activa de las entidades de certificación, distribuidores y la industria alimentaria.

Reconocimiento de IFS.

Desde su creación en 2003, IFS cuenta con el reconocimiento de la GFSI (Iniciativa Mundial para la Seguridad Alimentaria) para todos sus estándares que deben ver con alimentos.

Campo de aplicación.

- Empresas transportadoras, almacenadoras o distribuidoras de almacenamiento (IFS Logistic).
- Cuando se procesa un producto.
- Si existe peligro de contaminación de cualquier tipo durante el proceso de envasado primario.

Actividades y productos que Certifica.

- Procesado y/o tratamiento de alimentos.
- Manipulación de productos a granel
- Actividades realizadas durante el primer empaquetado.
- Transporte, almacenamiento, distribución de alimentos (IFS Logistic)
- Agentes de trmites de aduanas (IFS Bróker)
- Productos de limpieza personal. (IFS HPC)

Contenido.

- Responsabilidad de la dirección.
- Sistema de gestión de calidad y seguridad alimentaria.
- Gestión de recursos.
- Planificación y proceso de producción.
- Medición, análisis y mejoras.

¿Que significa poseer un certificado IFS?

El poseer una certificación IFS significa que nuestra marca comercial cumple con todo lo pedido por la ley de calidad e inocuidad de Alemania, Francia e Italia por lo que los productos elaborados bajo esta marca gozan de los mayores controles de inocuidad en todos los eslabones de la cadena de producción, además de permitir comerciar con los países antes mencionados.

Ventajas de certificarse con IFS.

- Permite la exportación de productos hacia Alemania, Francia, Italia y Países Bajos.
- Ahorra tiempo y dinero en tramites aduaneros.
- Mejora la gestión de recursos y mano de obra.
- Asegura la completa inocuidad de los productos.
- Sirve para el desarrollo y gestión del Food Defense facilitando el cumplimiento de FSMA.

IFS y Food Defense.

Desde 2013 IFS Food, cuenta como parte de su programa el establecimiento del Food Defense para su certificación, especificándose en el apartado 6 de la parte 2 del manual para aplicación de auditorías para IFS Food.

Bibliografía.

- Organismo internacional de estandarización (ISO). 2015. La importancia de la norma IFS para las empresas alimentarias (en línea). Editor. ISO. s.l. Consultado el 29 de octubre de 2019. Disponible en: <https://www.iso-tools.org/2015/05/26/la-importancia-de-la-norma-ifs-par-las-empresas-alimentarias/>
- International Feature Standards (IFS). 2017. IFS FOOD: Norma para realizar auditorías de calidad y seguridad alimentaria de productos alimenticios (en línea). Berlín, DE. Consultado el 8 de noviembre de 2019. disponible en: https://www.ifs-certification.com/images/standards/ifs_food6_1/documentos/standards/IFS_Food_V6_1_es.pdf

Ilustración 15. Información General sobre Certificación IFS

Anexo 2. Listado de Siglas

A lo largo del presente trabajo de investigación se mencionaron diferentes siglas de instituciones y certificaciones de importancia tanto nacionales como internacionales; las cuales, para que el lector pueda tener una mejor comprensión de su significado y función, se podrán encontrar definidas y explicadas en el siguiente apartado.

AIB: AIB International es una compañía que ofrece distintos programas y servicios, entre los que se incluye, la certificación de empresas dentro de la industria alimentaria. Su función es

capacitar al personal de las empresas que buscan la certificación para llevar sus instalaciones a los estándares de seguridad y limpieza reconocidos internacionalmente.

BRC: Las siglas de esta certificación se definen como Consorcio Británico de Minoristas, y provienen del inglés “British Retail Consortium”. Esta asegura el cumplimiento de los proveedores, de proporcionar a los productores una herramienta para garantizar la seguridad y calidad de sus productos.

CEPAL: Sus siglas provienen del nombre Comisión Económica para América Latina, y su principal función es la de contribuir al desarrollo de los países de Latinoamérica, así como promover y reforzar las relaciones económicas entre los mismos.

COMEX: El Ministerio de Comercio Exterior constituye desde 1996 la misión de proveer al país de una estructura organizacional en cuanto a políticas comerciales, negociaciones internacionales y la promoción de las exportaciones, para seguir avanzando en la conquista de los mercados externos.

FAO: Estas siglas se refieren a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, la cual busca garantizar la seguridad y calidad de los alimentos, para que las personas tengan vidas activas y saludables.

Global Gap: Este término se refiere a una norma de prestigio internacional que busca asegurar una producción segura y sostenible en beneficio de productores, minoristas y consumidores en todas partes del mundo.

IFS: Estas siglas se refieren a una certificación de seguridad alimentaria, aplicable a productos procesados o cuando existe un peligro de contaminación del producto durante el envasado primario

PROCOMER: Esta entidad, cuyas siglas significan Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, tiene como principal función la promoción de las exportaciones costarricenses

SFE: El Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) controla los intercambios comerciales de productos agrícolas, , de registrar, controlar y regular sustancias químicas y biológicas.